

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOMPUTER
(*HARDWARE DAN SOFTWARE*) SECARA *ONLINE* DI *WWW.BHINNEKA.COM*
(Objek Studi Pada Pelanggan *www.bhinneka.com* Di Kota Bandung)**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor keputusan pembelian produk komputer (*hardware dan software*) secara *online* pada pelanggan *www.bhinneka.com* di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan bersifat deskriptif. Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa variabel yang diperoleh dari literatur penelitian terdahulu yaitu *Convenience, Information, Available Products and Services, Cost and Time Efficiency, Intangibility of Online Product, Social Contact, Merchandise Quality, Service Quality, Enjoyment, Price Attractiveness, dan Perceived Risk*. Penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden pelanggan *Bhinneka.com* di kota Bandung. Penelitian ini diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis faktor untuk mengetahui faktor-faktor keputusan pembelian produk di *Bhinneka.com*.

Dalam penelitian ini diperoleh temuan bahwa terdapat 2 faktor baru yang mewakili 11 variabel tersebut yaitu *Company Capability Factor* yang mewakili variabel *Convenience, Information, Intangibility of Online Product, Merchandise Quality, Service Quality, dan Enjoyment*; dan *Consumer Consideration Factor* yang mewakili variabel *Available Products and Services, Cost and Time Efficiency, Social Contact, Price Attractiveness, Perceived Risk*.

Kata kunci: *E-commerce, Keputusan Pembelian, Online Shopping, Analisis Faktor*