

ABSTRAK

Perkembangan teknologi semakin terasa maju sejalan dengan kemajuan teknologi internet. Dengan penggunaan internet yang semakin meningkat di Indonesia membuat peningkatan juga terhadap minat konsumen berbelanja online. Salah satu yang dilakukan pebisnis untuk memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang ini yaitu e-commerce. Salah satu produk yang sering dibeli secara online adalah *fashion*. Flashy adalah salah satu usaha dibidang fashion, yang menggunakan e-commerce untuk mengembangkan usahanya. Website Flashyshop.com merupakan situs untuk memberikan informasi produk dan bertransaksi langsung pada website.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas website terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen Flashy Shop. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Untuk pendekatannya, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden.

Dari hasil perhitungan SPSS 22 secara simultan diketahui hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan kualitas website terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen flashy shop, dengan besarnya pengaruh sebesar sebesar 60.06% sedangkan sisanya sebesar 39.94% disebabkan faktor lain.. Secara parsial diketahui bahwa sub-variabel kegunaan, kualitas informasi dan kualitas layanan interaksi berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian.

Kata Kunci : Flashy Shop, kualitas website, proses keputusan pembelian