

ABSTRAK

Goodsxakha adalah sebuah *online shop* yang bergerak dalam bidang penyedia jasa titip beli atau *personal shopper*. Goodsxakha terbilang sebagai bisnis *start up* pada bidangnya karena mereka memulai bisnisnya pada awal tahun 2018. walau begitu mereka sudah menjual lebih dari 1000 barang dan mempunyai lebih dari 250 konsumen. Bila dibandingkan dengan penyedia jasa titip beli yang lain @Goodsxakha memiliki beberapa kelebihan yang menonjol, salah satunya harga yang lebih murah dibanding pesaing. Namun, penulis harus mencari kebenaran hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada penyedia jasa titip beli @Goodsxakha.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi alasan para konsumen melakukan pembelian pada penyedia jasa titip @Goodsxakha, dan mencari tahu faktor dominan apa sajakah yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada penyedia jasa titip beli @Goodsxakha. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data *Principal Component Analysis*. Dalam penelitian ini menggunakan 100 responden yang merupakan konsumen dari jasa titip beli @Goodsxakha.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh terhadap 24 variabel penelitian, terdapat 5 faktor yang menjadi faktor dominan terhadap pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada penyedia jasa titip beli @Goodsxakha. Dengan faktor 1 Reputasi Perusahaan memiliki nilai % of *variancenya* yaitu sebesar 18,215%, lalu faktor 2 Kemudahan Mengakses Informasi dengan nilai % of *variancenya* yaitu sebesar 17,065%, faktor 3 Kepuasan Pelanggan memiliki nilai % of *variancenya* yaitu sebesar 16,234%, faktor 4 yang Kemudahan Pemesanan dan Pengaduan memiliki nilai % of *variancenya* yaitu sebesar 12,008% dan terakhir faktor 5 Motivasi Pembelian dengan nilai % of *variancenya* yaitu sebesar 8,782%. Maka berdasarkan hasil yang diperoleh, pihak @Goodsxakha harus mempertahankan, bahkan meningkatkan 5 faktor dominan yang telah didapatkan sebagai pengaruh keputusan pembelian pada penyedia jasa titip beli @Goodsxakha.

Kata kunci: Analisis faktor, Keputusan pembelian, Penyedia Jasa Titip