

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian pada Blibli.com di Kota Bandung. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pendapat konsumen terhadap E-service quality Blibli.com, bagaimana keputusan pembelian Blibli.com, bagaimana pengaruh E-service quality terhadap keputusan pembelian Blibli.com.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 120 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi sederhana.

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji t) didapat bahwa variabel E-Service Quality terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Blibli.com di Kota Bandung. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (5,662) > t_{tabel} (1,980)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil koefisien determinan didapat bahwa pengaruh E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 21,4%.

Kesimpulan dari penelitian ini, pengaruh E-Service Quality Blibli.com termasuk kategori tidak baik, dan mendapatkan pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Blibli.com di Kota Bandung.

Kata kunci: E-Service Quality, Keputusan Pembelian, Aplikasi Blibli.com