

## **ABSTRAK**

Studi ini meneliti Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Pada Konsumen *Online* di Universitas Gadjah Mada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor pembelian terhadap perilaku konsumen *online*. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana perilaku konsumen *online* yang dipengaruhi oleh faktor pembelian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan dan pengolahan kualitatif yang menggambarkan dan menjelaskan hasil dari wawancara yang mendalam kepada enam responden yang terdiri dari 2 mahasiswa D3, 2 mahasiswa S1, dan 2 mahasiswa S2. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa faktor pembelian berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen *online* di UGM dengan pengaruh faktor budaya yang paling besar, diikuti faktor pribadi, lalu faktor sosial dan yang terakhir faktor psikologi.

Kata kunci: Faktor, Pembelian, Perilaku, Konsumen

## **ABSTRACT**

*This study examines the Analysis of Factors Affecting Purchases On Online Consumers at Universitas Gadjah Mada. The purpose of this study is to determine the effect of purchasing factors on online consumer behavior. The formulation of this research problem is how online consumer behavior is influenced by purchasing factors. This research uses descriptive method with qualitative approach and processing which describe and explain the result from deep interview to 6 respondents consisting of 2 vocational students, 2 undergraduate students, and 2 postgraduate students. Pursuant to result of research got result that buying factor have an effect on consumer buying behavior online at UGM with influence of biggest cultural factor, followed by personal factor, then sosial factor and last psychological factor.*

*Keywords: Factor, Purchase, Behavior, Consumer*