

INTISARI

Tingginya pertumbuhan pasar daring di dunia termasuk Indonesia turut mengubah perilaku konsumen yang awalnya berbelanja secara luring, kemudian berpindah menjadi berbelanja daring. Perkembangan pasar daring yang begitu masif disebabkan oleh kemudahan yang dirasakan konsumen. Jika dilihat dari perspektif penjual, dengan makin pesatnya pasar daring memudahkan penjual dalam memasarkan dan mendistribusikan produknya melalui berbagai platform *e-commerce* yang makin menjamur. Namun, perkembangan pasar daring yang begitu pesat tidak diikuti dengan pertumbuhan penjualan barang kategori tertentu seperti *smartphone*, hal ini terlihat dari masih banyaknya toko yang menjual *smartphone* secara luring. Hal ini mengindikasikan bahwa masih banyak konsumen yang cenderung berbelanja *smartphone* secara luring.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen ketika melakukan pembelian *smartphone* secara daring. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kelonggaran kebijakan pengembalian dan kepercayaan pada keputusan pembelian *smartphone* melalui daring, hal ini bertujuan untuk mengetahui alasan konsumen melakukan pembelian *smartphone* secara daring sehingga toko/penjual daring dapat melakukan pendekatan serupa bagi konsumen yang melakukan pembelian *smartphone* secara luring. Sampel pada penelitian ini berjumlah 140 responden yang berumur antara 18 hingga 54 tahun dan pernah melakukan pembelian *smartphone* secara daring dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Data responden dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dan berganda.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa Kelonggaran kebijakan pengembalian menimbulkan kepercayaan konsumen sehingga konsumen melakukan pembelian *smartphone* secara daring. Selain itu juga ditemukan bahwa dalam melakukan pembelian *smartphone* secara daring, responden wanita cenderung lebih memperhatikan faktor kepercayaan dibandingkan dengan responden pria.

Kata Kunci : Kelonggaran kebijakan pengembalian, kepercayaan konsumen, keputusan pembelian *smartphone* secara daring.

ABSTRACT

The high growth of the online market in the world, including Indonesia, has also changed the behavior of consumers who initially shifting from offline store to online store. The massive development of the online market is caused by the convenience felt by consumers. When viewed from the seller's perspective, the increasingly rapid online market makes it easy for sellers to market and distribute their products through various e-commerce platforms that are increasingly a large number of seller. However, the rapid development of the online market is not followed by the growth of sales of certain categories of goods such as smartphones, as we are able to see from the many shops that sell smartphones offline which indicates that there are still many consumers who tend to shop smartphones offline.

This study aims to identify factors that influence online consumer decisions. In addition the study aims to analyze the effect of lenience returns policy and trust in online purchasing decisions. In conclusion, we are able to find out the reason why consumers buy smartphone via online seller, hence the online sellers can take a similar approach for consumers who purchase smartphones offline. The sample in this study amounted to 130 respondents aged 18 to 54 years and had purchased smartphones online within the past year. Respondents data were analyzed using simple and multiple linear regression.

The results of this study find that return policy leniency raises consumer trust which influence consumers to purchases smartphone via online. In addition, it was also found that in purchasing smartphones via online, female respondents tended to pay more attention to trust factors rather than male respondents.

Keyword : Return Policy Leniency, Consumer Trust, Purchase Decision.