

ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOPEE

(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DI KELURAHAN TRIMURJO LAMPUNG TENGAH)

Nyoman Astika Tantri.S.¹, Ery Baskoro², Nina Lelawati³

¹Universitas Muhammadiyah Metro Lampung

^{2,3}Universitas Muhammadiyah Metro Lampung

e-mail: nyomanastika5@gmail.com

ABSTRAK

AstikaTantriS,Nyoman. 2021. Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kelurahan Trimurjo Lampung Tengah. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (i) Ery Baskoro, S.E., M.M. Pembimbing (ii) Nina Lelawati, S.E., M.M.

Peningkatan jumlah pengunjung toko online Shopee dan telah menggeser toko online lainnya serta menempati peringkat pertama sebelumnya dan menjadi penguasa pasar elektronik Indonesia dengan cakupan pasar sebesar 71% dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Terutama di masa pandemi covid-19 sangat layak jika peningkatan jumlah pengunjung shopee mengalami peningkatan yang cukup tinggi, karena kebutuhan hidup semakin meningkat dan akan selalu bertambah setiap harinya namun tidak dapat melakukan perbelanjaan secara offline, sehingga berbelanja secara online menjadi alternative bagi masyarakat untuk memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni explanatory survey. Metode explanatory survey digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari suatu variabel ke variabel lainnya .Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi (X1), kemudahan (X2), harga (X3) dan kenyamanan (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) pada toko online Shopee.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian . Sedangkan kemudahan dan kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: promosi, kemudahan, harga, kenyamanan, keputusan pembelian

ABSTRACT

AstikaTantriS,Nyoman. 2021. Analysis of Factors Affecting Purchasing Decisions at Shopee Online Stores Case Studies on Communities in Trimurjo Village, Central Lampung. Essay. Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Muhammadiyah Metro University. Advisor (i) Ery Baskoro, SE, MM Advisor (ii) Nina Lelawati, SE, MM

The increase in the number of visitors to Shopee's online shop and has shifted other online stores and was ranked first before and became the ruler of the Indonesian electronic market with a market coverage of 71% compared to other competitors. Especially during the Covid-19 pandemic, it is very feasible if the increase in the number of shopee visitors has increased quite high, because the needs of life are increasing and will always increase every day but cannot shop offline, so shopping

online is an alternative for people to fulfill every needs and wants.

The method used in this research is explanatory survey. The explanatory survey method is used to predict and explain the relationship or influence of one variable to another. This study aims to examine the effect of promotion (X1), easiness (X2), price (X3) and convenience (X4) on purchasing decisions (Y) on Shopee's online shop.

The results of this study indicate that promotion and price do not have a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, convenience and comfort have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: promotion, easiness, price, convenience, purchase decision.