

ABSTRAK

Robby Willyantono :

Skripsi:

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen di Surabaya

Dalam Membeli Barang Online di Shopee.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli barang online di shopee. Dari segi harga yang murah Shopee masih kalah murah dibandingkan Lazada dan Blibli. Akan tetapi meskipun harga barang di Shopee tidak murah konsumen lebih memilih untuk menggunakan Shopee. Sehingga tingkat kepopuleran Shopee menduduki peringkat tiga melebihi Lazada dan Blibli. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 80 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis faktor, uji asumsi klasik dan regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil yang didapat dari analisis faktor yaitu ditemukan 6 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Shopee yaitu : faktor kualitas promosi, kualitas pelayanan, pribadi, keamanan, sosial, dan harapan. Dari keenam faktor yang ditemukan tersebut jika di uji secara simultan maka dapat dikatakan keenam variabel X1, X2, X3, X4, X5, dan X6 secara simultan berpengaruh terhadap Y. Sedangkan jika diuji secara parsial maka dapat diketahui yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor kualitas pelayanan (X2), faktor pribadi (X3), faktor keamanan (X4) dan faktor harapan (X6) sedangkan faktor promosi (X1), dan faktor sosial (X5) tidak begitu berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli barang online di Shopee.

Kata Kunci: Analisis Faktorial, Regresi Linier, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Robby Willyantono:

Thesis:

Factors Affecting Consumer Decisions in Surabaya in Buying Goods Online at Shopee.

This study aims to determine what factors influence consumer decisions in buying goods online at shopee. In terms of cheap prices Shopee is still less expensive than Lazada and Blibli. However, even though the price of goods at Shopee is not cheap, consumers prefer to use Shopee. So that the popularity of Shopee ranks third more than Lazada and Blibli. The type of research used is quantitative. The data collection method used in this study was a questionnaire. The number of respondents in this study were 80 respondents. The technique used in sampling is purposive sampling. The method of data analysis in this study was to use factor analysis, classical assumption test and multiple linear regression using SPSS software. The results obtained from factor analysis are found 6 factors that influence consumer purchasing decisions in Shopee, namely: quality promotion factors, service quality, personal, security, social, and expectations. Of the six factors found if tested simultaneously it can be said that the six variables X1, X2, X3, X4, X5, and X6 simultaneously affect Y. Whereas if tested partially it can be known that can influence consumer purchasing decisions is a factor service quality (X2), personal factors (X3), security factors (X4) and expectation factors (X6) while promotion factors (X1), and social factors (X5) have little effect on consumer decisions in buying goods online at Shopee.

Keywords: Factorial Analysis, Linear Regression, Purchasing Decisions