

## ABSTRAK

**Mira Carmila Simanjuntak NIM: 7183141025. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2019).**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah rendahnya Keputusan Pembelian Mahasiswa. Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2019). Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Medan yang beralamat di jalan William Iskandar Pasar V. Jenis penelitian ini adalah *ex post facto* dengan teknik *porportional random sampling* dengan besaran sampel penelitian yaitu sebanyak 82 orang mahasiswa. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan angket atau kuesioner. Uji instrumen penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS 22.0*. Teknik analisis data yang digunakan antara lain: uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, analisis linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis yaitu : uji t dan uji F yang dilakukan menggunakan *SPSS 22.0*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) persamaan regresi  $Y = 10.538 + 0,497 X_1 + 0,479 X_2$ . (2) secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2019) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,676 > 1,99045$ ). (3) secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara potongan harga terhadap keputusan pembelian (pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2019) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,990 > 1,99045$ ). (4) secara simultan persepsi kemudahan penggunaan aplikasi shopee dan potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di shopee (pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2019) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $41,397 > 3,11$ ). (5) kontribusi persepsi kemudahan penggunaan aplikasi shopee ( $X_1$ ) dan potongan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2019) adalah sebesar 51,2%. Sedangkan sisanya sebesar 48,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima yakni terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan penggunaan aplikasi shopee dan potongan harga terhadap keputusan pembelian di shopee baik secara parsial dan simultan.

**Kata kunci: Keputusan Pembelian, Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee, Potongan Harga.**

## ABSTRACT

Mira Carmila Simanjuntak NIM: 7183141025. The Effect of Perceived Ease of Use of the Shopee Application and Discounts on Purchase Decisions at Shopee (In Economic Education Students, Faculty of Economics, State University of Medan Stambuk 2019).

The problem in this research is the low student purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the effect of perceived ease of use of the Shopee application and price discounts on purchasing decisions at Shopee (for Economic Education students, Faculty of Economics, State University of Medan Stambuk 2019). This research was conducted at the State University of Medan which is located at Jalan William Iskandar Pasar V. This type of research is ex post facto with propotional random sampling technique with a research sample size of 82 students. The data collection instruments in this study were documentation and questionnaires or questionnaires. This research instrument test using SPSS 22.0 program assistance. The data analysis techniques used include: normality test, linearity test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear analysis, coefficient of determination and hypothesis testing, namely: t test and F test performed using SPSS 22.0.

The results showed that: (1) the regression equation  $Y = 10,538 + 0.497 X1 + 0.479 X2$  . (2) partially there is a positive and significant effect between the Perception of the Ease of Use of Applications on Purchase Decisions at Shopee (on Economic Education Students Stambuk 2019) with a significance value of  $0.000 < 0.05$  and  $t_{count} > t_{table}$  ( $5.676 > 1.99045$ ). (3) partially there is a positive and significant effect between price discounts on purchasing decisions (on Economic Education Students Stambuk 2019) with a significance value of  $0.000 < 0.05$  and  $t_{count} > t_{table}$  ( $4.990 > 1.99045$ ). (4) Simultaneously the perception of the ease of use of the shopee application and price discounts has a positive and significant effect on purchasing decisions at shopee (in Economics Education Students Stambuk 2019) with a significance value of  $0.000 < 0.05$  and  $F_{count} > F_{table}$  ( $41.397 > 3.11$ ) . (5) the contribution of the perceived ease of use of the shopee application (X1) and discounted prices (X2) on purchasing decisions (at Economic Education Students, Faculty of Economics, State University of Medan Stambuk 2019) is 51.2%. While the remaining 48.8% is influenced by other variables not examined in this study. The results of this study indicate that the hypothesis is accepted, namely that there is a positive and significant influence on perceptions of the ease of use of the Shopee application and discounts on purchasing decisions at Shopee, both partially and simultaneously.

**Keywords: Purchase Decision, Perception of Ease of Use of the Shopee Application, Discounts.**