

ABSTRAK

Wanda Salsabila, NIM 7183510043, Analisis Fakotr-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Belanja Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Stambuk 2018), Skripsi Jurusan Manajemen, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Tahun 2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-Faktor apa saja yang berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian secara *online*, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilaksanakan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan *Probability Sampling* dengan menggunakan rumus slovin sehingga sampel dalam penelitan inisebanyak 90 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, studi pustaka, wawancara dan melalui angket (Kuesioner) yang pengukurannya menggunakan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode Analisis Regresi Berganda dengan persamaan $Y = a+b_1X_1+b_2X_2+e$ serta diolah dengan program SPSS 25.0 for windows.

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh produk terhadap keputusan pembelian secara *Online* hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa t hitung 0,968 lebih kecil dari t tabel 1,986 dapat disimpulkan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. secara parsial menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,690 dan lebih besar dari t tabel 1,986. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan berbelanja *online*. hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,206 dan lebih besar dari t tabel 1,986. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan Akses memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan berbelanja *online*. Secara parsial menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel atau $73,891 > 2,47$ dan nilai sig $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga dan kemudahan akses memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan berbelanja *online* di Fakultas Ekonomi Universtas Negeri Medan Stambuk 2018.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, kemudahan Akses, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Wanda Salsabila, NIM 7183510043, Analysis of Factors Influencing Online Shopping Decisions (Case Study on Students of the Faculty of Economics, State University of Stambuk 2018), Thesis Department of Management, Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Medan, 2022

This study aims to determine what factors influence online purchasing decisions, either partially or simultaneously. This research was conducted on Stambuk 2018 Faculty of Economics Students. The population in this study is unknown while the sampling technique in this study used Probability Sampling using the slovin formula so that the sample in this research was 90 students. Data collection techniques used are observation, literature study, interviews and through questionnaires (Questionnaires) which are measured using a Likert scale. The data analysis technique used is the Multiple Regression Analysis method with the equation $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ and processed with the SPSS 25.0 program for windows.

Based on the research obtained regarding the effect of products on online purchasing decisions, the results of partial hypothesis testing show that t count 0.968 is smaller than t table 1.986, it can be concluded that it has no effect on purchasing decisions. partially shows that the value of t count is 2.690 and is greater than t table 1.986. From this value it can be concluded that price has a significant influence on online shopping decisions. the partial hypothesis shows that the calculated t value is 2.206 and is greater than the t table of 1.986. From this value it can be concluded that the Ease of Access variable has a significant influence on online shopping decisions. Partially shows that the calculated F value is greater than the F table or $73.891 > 2.47$ and a sig value of $0.00 < 0.05$ so it can be concluded that product quality, price and ease of access have a significant influence on online shopping decisions at the Faculty Medan Stambuk State University of Economics 2018.

Keywords: Price, Product Quality, Ease of Access, Purchase Decision