

ABSTRAK

Lisa Nurmila Santi NIM: 7173343016 Pengaruh Mata Kuliah Perilaku Konsumen Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Aplikasi Shopee Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2019 Universitas Negeri Medan

Permasalahan dalam penelitian ini adalah kurang optimalnya keputusan pembelian *online*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Mata Kuliah Perilaku Konsumen Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Aplikasi Shopee Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2019 Universitas Negeri Medan.

Penelitian ini adalah *ex post facto*. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang berjumlah 52 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik total sampling. Pengumpulan dilakukan dengan cara observasi, dokumentasi dan penyebaran angket. Angket penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian diperoleh secara parsial (uji t) diperoleh hasil analisis data yang dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian *online*. Kedua terdapat terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *online*. Ketiga terdapat terdapat pengaruh perilaku konsumen dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *online*. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 58,3%, sedangkan sisanya 41,7%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini Kata

Kunci : perilaku konsumen, kualitas pelayanan, keputusan pembelian *online*.



ABSTRACT

Lisa Nurmila Santi NIM: 7173343016 The Effect of Consumer Behavior and Service Quality Courses on Online Purchase Decisions on the Shopee Application for Stambuk 2019 Business Education Students, Medan State University.

The problem in this study is that online purchasing decisions are less than optimal. The purpose of this study was to find out The Effect of Consumer Behavior and Service Quality on Online Purchase Decisions on the Shopee Application for Stambuk 2019 Business Education Students, Medan State University.

This research is ex post facto. The population in this study was the 2018 Stambuk Business Education Students, Faculty of Economics, Medan State University, totaling 52 students. The sampling technique used was total sampling technique. The collection is done by means of observation, documentation and questionnaires.

The research questionnaire was first tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. From the results of the partial study (t test) obtained the results of data analysis which can be found that there is an influence of consumer behavior on online purchasing decisions. Second, there is the influence of service quality on online purchasing decisions. Third, there is the influence of consumer behavior and service quality on online purchasing decisions. The test results of the coefficient of determination (R²) of 58.3%, while the remaining 41.7%, influenced by other variables not examined in this study.

Key: service quality, online purchasing behavior decisions