

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SHOPEE

Oleh :

Annisa Soraya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor - faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen pada Shopee dan faktor - faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Shopee. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen pada Shopee. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian di situs/aplikasi Shopee. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yang dilakukan berdasarkan kriteria tertentu. Metode analisis yang digunakan adalah Chocran-Q. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 12 atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Shopee yaitu : membeli produk dikarenakan program kode voucher gratis ongkir, membeli produk dikarenakan karena, program flash sale, harga yang terjangkau, tampilan yang mudah digunakan, metode pembayaran lengkap, menjual produk yang sesuai dengan tampilan, pengiriman barang tepat waktu, reputasi yang baik, rasa aman dalam melakukan transaksi, transaksi pembayaran mudah dipelajari, transaksi pembayaran dapat dilakukan kapan saja dan produk sesuai dengan spesifikasi. Membeli produk dikarenakan program kode voucher gratis ongkir merupakan faktor dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Shopee.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Chocran-Q dan Shopee.

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON SHOPEE

By:

ANNISA SORAYA

This study aimed to identify the factors that influenced consumer purchase decisions on Shopee and to determine the most dominant factor affecting those decisions. The research employed a descriptive quantitative approach to describe the factors influencing consumer purchasing decisions on Shopee. Primary data served as the main data source. The population consisted of all consumers who had made purchases through the Shopee website or application. Sampling was conducted using purposive sampling, based on specific criteria. The analytical method used was the Cochran-Q test. The findings revealed twelve attributes that influenced consumer purchase decisions on Shopee: purchases driven by free shipping voucher programs, flash sale programs, affordable prices, user-friendly interface, a variety of payment methods, products matching their display, timely delivery, good seller reputation, sense of transaction security, ease of learning payment procedures, flexibility of payment time, and products matching the specifications. Among these, purchasing products due to the free shipping voucher program was identified as the most dominant factor influencing consumer purchase decisions on Shopee.

Keywords: Purchase Decision, Cochran-Q, Shopee

