

*Analysis Of Purchase Decisions From The Shopee Online Shopping Platform
Among Undergraduate Students Majoring In Management At UPNVJ*

By Fadli Naufal Wicaksono

Abstract

In the era of digital transformation, consumer behavior has undergone significant evolution, influenced by the presence of online shopping platforms that undoubtedly impact purchasing decisions. This research is a quantitative study aimed at analyzing purchasing decisions on Shopee among undergraduate students in the Management program at UPNVJ. The study utilizes a sample of 100 undergraduate students in Management at UPNVJ, selected through purposive sampling. Regression analysis techniques, assisted by SPSS software, are employed for data analysis. The results of the study indicate (1) a positive and significant influence of price on purchasing decisions, with a coefficient value of 0.331 (2) a positive and significant influence of product quality on purchasing decisions, with a coefficient value of 0.518 (3) no significant influence of purchase interest on purchasing decisions (4) price, product quality, and purchase interest collectively have a positive and significant impact on purchasing decisions, with a determination coefficient value 0.957 and the rest is caused by other variables not examined in this study.

Keywords: *purchasing decisions, price, product quality, purchase interest.*

Analisis Keputusan Pembelian Produk *Online Shop* Shopee Pada Mahasiswa S1 Manajemen UPNVJ

Oleh Fadli Naufal Wicaksono

Abstrak

Di era transformasi digital, perilaku konsumen mengalami evolusi signifikan, dengan adanya *platform* belanja *online* yang tentu saja mempengaruhi dalam membentuk keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis keputusan pembelian pada Shopee di kalangan mahasiswa S1 Manajemen UPNVJ. Penelitian ini menggunakan 100 mahasiswa S1 Manajemen UPNVJ sebagai sampel, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan (1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien 0,331 (2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien 0,518 (3) tidak terdapat pengaruh signifikan antara minat beli terhadap keputusan pembelian (4) kualitas produk, harga, dan minat beli secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta nilai koefisien adjustit R square sebesar 0.957 atau 95,70% sisanya sebesar 4,3% disebabkan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci: keputusan pembelian, harga, kualitas produk, minat beli.