

ABSTRAK

Pengaruh Kemudahan dan Risiko Kinerja Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Indonesia (Studi pada Mahasiswa Universitas Kadiri Pengguna Aplikasi Shopee)

ST. Fatimah

Email : stfatimah0286@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing Drs. Sudjiono, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan risiko kinerja produk terhadap keputusan pembelian di Aplikasi Shopee Indonesia pada mahasiswa Universitas Kadiri. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa manajemen pengguna Shopee di Universitas Kadiri yang pernah melakukan transaksi di Shopee dan diambil sebanyak 81 responden menggunakan metode *Purposive Sampling*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden. Analisis data dilakukan dengan metode kuantitatif yang meliputi uji validitas, reliabilitas, pengujian hipotesis meliputi uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan risiko kinerja produk berpengaruh secara negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kemudahan, Risiko Kinerja Produk , Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Effect of Convenience and Product Performance Risk on Online Purchase Decisions in the Shopee Indonesia Application (Study on Kadiri University Students Using the Shopee Application)

ST. Fatimah

Email :stfatimah0286@gmail.com

Faculty of Economics, University of Kadiri

Supervisor Drs.Sudjiono, MM.

This study aims to determine the effect of convenience and risk of product performance on purchasing decisions in the Shopee Indonesia application for Kadiri University students. The sample in this study were management students using Shopee at Kadiri University who had made transactions at Shopee and 81 respondents were taken using the Purposive Sampling method. The method used in this research is descriptive and quantitative methods. Data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents. Data analysis was carried out using quantitative methods which included validity and reliability tests, hypothesis testing including the t test, f test and the coefficient of determination (R²). The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results showed that convenience has a significant positive effect on purchasing decisions and product performance risk has a negative but insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: Convenience, Product Performance Risk, Purchase Decision