

ABSTRAK

Skripsi Dengan Judul “Pengaruh Kebutuhan, Pengalaman, Referensi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung)” ini ditulis oleh Khabibatul Kiftiyah, NIM.17402163327, Pembimbing Dr. Nur Aini Latifah, SE., MM.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh maraknya sistem jual beli online yang terjadi di era sekarang ini terutama pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung, kemudahan demi kemudahan yang didapat ketika melakukan transaksi jual beli juga menjadi pemicu utama. Salah satunya yang paling menonjol untuk online shop saat ini yaitu shopee, dimana banyak sekali kemudahan dan juga kelebihan ketika kita melakukan transaksi jual beli melalui aplikasi ini. Namun untuk mengoptimalkan penggunaan aplikasi shopee ini tentunya harus mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya, seperti kebutuhan, pengalaman, referensi, dan juga promosi.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah (1) Apakah kebutuhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee ?, (2) Apakah pengalaman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee ?, (3) Apakah referensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee?, (4) Apakah promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee?, (5) Apakah kebutuhan, pengalaman, referensi, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee ?.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin. Tahap pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis statistik yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji T dan uji F serta uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kebutuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee, (2) pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee, (3) referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee, (4) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee. (5) Kebutuhan, pengalaman, referensi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee.

Kata Kunci: Kebutuhan, Pengalaman, Referensi, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Thesis with title "the Effect of Needs, Experience, Reference, and Promotion on Purchasing Decisions in Shopee Online Stores (Case Study of Islamic Economics Department Students IAIN Tulungagung)" Written by Khabibatul Kiftiyah, NIM.17402163327. Advisor: Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE., MM.

This research is motivated by the rise of online trading systems that occur in this era, especially in students of Islamic Economics Department at IAIN Tulungagung, the convenience for convenience obtained when buying and selling transactions is also a major trigger. One of the most prominent for online shop now is shopee, where a lot of convenience and advantages when we make buying and selling transactions through this application. But to optimize the use of this shopee application, of course, must know what factors influence its purchasing decisions, such as needs, experience, references, and promotions.

The formulation of this research is (1) is there a significant effect of needs on purchasing decisions in shopee online stores? (2) is there a significant effect of experience on purchasing decisions in shopee online stores? (3) is there a significant effect of reference on purchasing decisions in shopee online stores? (4) is there a significant effect of promotion on purchasing decisions in shopee online stores? (5) is there a significant effect of needs, experience, reference, and promotion on purchasing decisions in shopee online stores?

The method used in this research is quantitative method. The technique used in sampling in this study uses the Slovin formula. The data collection stage in this study used a questionnaire. Data analysis techniques using quantitative analysis using statistical analysis, namely the validity test, reliability test, normality test, classic assumption test, multiple regression test, T test and F test and the coefficient of determination test.

The results showed that (1) needs have a positive and significant effect on purchasing decisions at online shopee shops, (2) experience have a positive and significant effect on purchasing decisions at online shopee shops, (3) references have a positive and significant effect on purchasing decisions at online shopee shops, (4) promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions at shopee online stores. (5) needs, experience, reference, and promotion have a positive and significant on purchasing decisions at shopee online stores.

Keywords: Needs, Experience, Reference, Promotion, Purchasing Decisions