

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial pada Marketplace Shopee (Studi Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung 2016” yang ditulis oleh Galuh Candra Purnaningsih, NIM. 17402163106, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Penelitian ini dilatar belakangi adanya fenomena belanja online yang menyebabkan terjadinya pembelian impulsif khususnya pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. Kemudahan yang didapatkan ketika melakukan transaksi jual beli menjadi pemicu utama. Melalui belanja online konsumen tidak lagi dibatasi oleh waktu, ruang dan jarak. Sebagai mahasiswa yang tentunya ingin mengikuti trend yang terjadi saat ini maka akan cenderung bersikap konsumtif. Salah satu yang menjadi trend yaitu marketplace Shopee, produk yang ditawarkan sangat bervariasi dan banyak fitur-fitur menarik.

Rumusan masalah dalam skripsi ini (1) apakah faktor budaya berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di Shopee? (2) apakah faktor sosial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di Shopee? (3) apakah faktor pribadi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di shopee? (4) apakah faktor psikologis berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di Shopee? (5) apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di Shopee?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung angkatan 2016 dengan jumlah sampel 350 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *random sampling*. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di marketplace Shopee (2) Faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di marketplace Shopee (3) faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di marketplace Shopee (4) Faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di marketplace Shopee, (5) Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan psikologis secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di marketplace Shopee

**Kata kunci : Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, keputusan pembelian**

## ABSTRACT

*Thesis with the title "Analysis of the Influence of Cultural, Social, Personal, and Psychological Factors on the Purchase Decision of the Millennial Generation at the Shopee Marketplace (Student Study of FEBI IAIN Tulungagung 2016" written by Galuh Candra Purnaningsih, NIM. 17402163106, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Economics Sharia, Tulungagung State Islamic Institute, Advisor Ahmad Syaichoni, M.Sy.*

*This research is motivated by the phenomenon of online shopping which causes impulsive purchases, especially for FEBI IAIN Tulungagung students. The convenience obtained when making buying and selling transactions is the main trigger. Through online shopping, consumers are no longer limited by time, space and distance. As a student who certainly wants to follow the current trend, he will tend to be consumptive. One of the trends is the Shopee marketplace, the products offered are very varied and have many interesting features.*

*The formulation of the problem in this thesis (1) do cultural factors have a significant positive effect on purchasing decisions of the millennial generation at Shopee? (2) do social factors have a significant positive effect on the purchasing decisions of the millennial generation at Shopee? (3) do personal factors have a significant positive effect on the purchasing decisions of the millennial generation at shopee? (4) do psychological factors have a significant positive effect on the purchasing decisions of the millennial generation at Shopee? (5) do cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors together have a positive and significant impact on the purchasing decisions of the millennial generation at Shopee?*

*This study uses a quantitative approach. The type of research used is associative. In this study, the population was students of the Faculty of Economics and Islamic Business, Tulungagung State Islamic Institute, class of 2016 with a sample of 350 respondents. The sampling technique was done by random sampling method. The source of data in this study is primary data. Data collection techniques using a questionnaire.*

*The results of the study show that: (1) cultural factors have a positive and significant effect on purchasing decisions of the millennial generation in the Shopee marketplace (2) Social factors have a positive and significant impact on purchasing decisions of the millennial generation in the Shopee marketplace (3) personal factors have a positive and significant effect on decisions millennial generation purchases in the Shopee marketplace (4) Psychological factors have a positive and significant effect on purchasing decisions for the millennial generation in the Shopee marketplace, (5) Cultural factors, social factors, personal factors, and psychological collectively have a positive and significant impact on generational purchasing decisions millennials on the Shopee marketplace*

***Keywords: cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors, purchasing decisions***