

## ABSTRAK

Skripsi Berjudul “Pengaruh Pengembangan Pelayanan Perusahaan E-commerce, Harga Produk, Saluran Distribusi, dan Periklanan (Studi Kasus: Pengguna Shopee Usia 17-30 Masyarakat Desa Tunggulsari) ditulis oleh Sita Dyah Ayuningrum Samsu, NIM.12405173154, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat, khususnya merambah dalam dunia bisnis yang melibatkan teknologi sebagai alat agar memudahkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sebagai media untuk berbelanja melalui internet atau e-commerce. Hal ini disambut oleh konsumen sebagai media jual-beli secara lebih efektif dan efisien.

Tujuan penelitian ini: 1) mengetahui pengembangan pelayanan perusahaan e-commerce berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif masyarakat 2) mengetahui harga produk berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif masyarakat? 3) mengetahui saluran distribusi berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif masyarakat 4) apakah periklanan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif masyarakat 5) mengetahui apakah pengembangan pelayanan perusahaan e-commerce, harga produk, saluran distribusi, periklanan dalam pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Sampel berjumlah 100 responden yang diambil menggunakan teknik Purposive Sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Uji yang digunakan adalah Uji validitas, Uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas dan uji normalitas, uji autokorelasi. Uji hipotesis meliputi Uji t dan uji F, dan uji koefisien determinasi.

Pengujian yang menggunakan uji t menunjukkan bahwa hasil variabel pengembangan pelayanan perusahaan e-commerce berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, variabel harga produk tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, variabel saluran distribusi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dan variabel periklanan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Menggunakan uji F menunjukkan bahwa variabel pengembangan pelayanan perusahaan e-commerce, harga produk, saluran distribusi, periklanan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

**Kata Kunci : Pengembangan pelayanan perusahaan e-commerce, harga produk, saluran distribusi, periklanan dalam pemasaran, perilaku konsumtif, Shopee.**

## **ABSTRACT**

*Thesis entitled “The Influence of E-commerce Company Service Development, Product Prices, Distribution Channels, and Advertising (Case Study: Shopee Users Age 17-30 Communities of Tunggulsari Village) written by Sita Dyah Ayuningrum Samsu, NIM.12405173154, Department of Sharia Business Management, Faculty Islamic Economics and Business, State Islamic University of Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.*

*This research is motivated by the rapid development of technology, especially in the business world that involves technology as a tool to make it easier to meet daily needs as a medium for shopping via the internet or e-commerce. This is welcomed by consumers as a medium of buying and selling more effectively and efficiently.*

*The purpose of this study: 1) to find out the service development of e-commerce companies partially affect the consumptive behavior of the community 2) find out the price of the product partially influences the consumptive behavior of the community? 3) knowing the distribution channel partially influences the consumer's behavior 4) whether the company's advertising partially affects the people's consumptive behavior 5) knowing whether the development of e-commerce services, product prices, distribution channels, advertising in marketing have a simultaneous effect on people's consumer behavior*

*This study uses quantitative research methods with descriptive quantitative research. The sample amounted to 100 respondents who were taken using the Purposive Side technique. The method used in this research is multiple linear analysis method. The tests used are validity test, reliability test, classic assumption test which includes multicollinearity test, heteroscedasticity test and normality test, autocorrelation test. Hypothesis testing includes t test and F test, and coefficient of determination test.*

*The test using the t test shows that the results of the variable development of e-commerce company services have a significant positive effect on consumptive behavior, the product price variable has no effect on consumptive behavior, the distribution channel variable has no effect on consumptive behavior, and the advertising variable has a significant positive effect on consumptive behavior. Using the F test shows that the variables of e-commerce company service development, product prices, distribution channels, advertising have a simultaneous effect on consumptive behavior.*

***Keywords: Development of e-commerce company services, product prices, distribution channels, advertising in marketing, consumer behavior, Shopee.***