

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Kemudahan Akses Terhadap Perilaku Penjualan Online Pada Mahasiswa FEBI Universitas Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung” yang ditulis oleh Melania Fitri Dwi Ariani, NIM. 12401193083, pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Aktivitas penjualan pada *online shop* telah menyebar ke berbagai kalangan masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan bagian dari konsumen atau pengguna, di mana mahasiswa memiliki peran penting dalam berkembangnya pasar salah satunya pasar *e-commerce*. Fenomena demikian mendorong persaingan bisnis semakin ketat, sehingga para pengelola bisnis harus bergerak cepat, kreatif dan antisipatif salah satunya yaitu melakukan pemasaran berbasis teknologi dan melakukan survei pasar. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu: 1) Apakah produk berpengaruh terhadap perilaku penjualan *online* mahasiswa FEBI UIN SATU ?, 2) Apakah harga berpengaruh terhadap perilaku penjualan *online* mahasiswa FEBI UIN SATU?, 3) Apakah promosi berpengaruh terhadap perilaku penjualan *online* mahasiswa FEBI UIN SATU?, 4) Apakah kemudahan akses berpengaruh terhadap perilaku penjualan *online* mahasiswa FEBI UIN SATU ?, 5) Apakah produk, harga, promosi, dan kemudahan akses secara simultan berpengaruh terhadap perilaku penjualan *online* mahasiswa FEBI UIN SATU ? dan 6) Apakah produk yang paling diminati mahasiswa FEBI UIN SATU?.

Pendekatan penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, dan kemudahan akses terhadap perilaku penjualan online pada mahasiswa FEBI UIN SATU. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FEBI UIN SATU. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-Probability Sampling* jenis *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner angket. Alat analisisnya menggunakan SPSS versi 25.00.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Produk berpengaruh secara parsial terhadap perilaku penjualan *online* mahasiswa FEBI UIN SATU, 2) Harga berpengaruh secara parsial terhadap perilaku penjualan *online* mahasiswa FEBI UIN SATU 3) Promosi berpengaruh secara parsial terhadap perilaku penjualan *online* mahasiswa FEBI UIN SATU, 4) Kemudahan akses berpengaruh secara parsial terhadap perilaku penjualan *online* mahasiswa FEBI UIN SATU, 5) Produk, Harga, Promosi, dan Kemudahan Akses secara simultan berpengaruh terhadap perilaku penjualan *online* mahasiswa FEBI UIN SATU dan 6) Mahasiswa FEBI UIN SATU lebih memilih toko online Shopee dalam berbelanja secara online, adapun produk yang paling diminati oleh Mahasiswa FEBI UIN SATU yaitu *Fashion* sebesar 37%, *Makeup* sebesar 25%, *Buku* sebesar 10%, *Alat Tulis* sebesar 10%, *Aksesoris* sebesar 4%, *Makanan/Minuman* sebesar 2, dan *Lainnya* sebesar 2%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa produk yang paling diminati oleh Mahasiswa FEBI UIN SATU yakni *Fashion* meliputi; baju, jilbab, celana, rok, jaket, kaos, dll.

**Kata Kunci:** *Harga, Kemudahan Akses, Perilaku Penjualan Online, Produk, Promosi*

## **ABSTRACT**

*Thesis entitled "The Influence of Products, Prices, Promotions, end Ease of Access to Online Shopping for FEBI Students at Sayyid Ali Rahmatullah University Tulungagung" written by Melania Fitri Dwi Ariani, NIM. 12401193083, supervisor Syamsul Umam, S.H.I., M.H.*

*Shopping activities in online shops have spread to various groups of people, including among students. Students are part of consumers or users, where students have an important role in developing markets, one of which is the e-commerce market. This phenomenon encourages increasingly fierce business competition, so that business managers must move quickly, creatively and anticipatively, one of which is conducting technology-based marketing and conducting market surveys. The problems in this research are: 1) Does the product affect online shopping for FEBI students at UIN SATU?, 2) Does price affect online shopping for FEBI students at UIN SATU?, 3) Does promotion affect online shopping for FEBI students at UIN SATU?, 4) Does ease of access affect online shopping for FEBI students at UIN SATU?, 5) Do products, prices, promotions, and ease of access simultaneously affect online shopping for FEBI student at UIN SATU? and 6) What products are the most interested in FEBI students at UIN SATU?*

*This research approach uses quantitative associative research to determine. The Influence of Products, Prices, Promotions, end Ease of Access to Online Shopping for FEBI Students at UIN SATU. The population in this study were all FEBI students consisting of UIN SATU. The sampling technique used Non-Probability Sampling accidental sampling type. Data collection techniques using a questionnaire questionnaire. The analysis tool uses SPSS version 25.00.*

*The results of this study indicate that: 1) The prevalence of online shopping for FEBI Students at UIN SATU is influenced by four aspects including, product aspects, price, promotion, and ease of access in conducting online shopping activities, 2) Students of the Faculty of FEBI UIN SATU prefers the online store Shopee in shopping online, while the products most in demand by Students of the Faculty of FEBI UIN SATU State Islamic University are Fashion by 37%, Makeup by 25%, Books 10%, Stationery 10%, Accessories 4%, Food/Beverages 2, and Others 2%. It can be concluded that the products most in demand by students of the Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, namely Fashion include; shirts, headscarves, pants, skirts, jackets, t-shirts, etc.*

**Keywords:** *Ease of Access to Online Shopping, Prices, Products, Promotions*