

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
APLIKASI BELANJA
ONLINE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Gorontalo)

Oleh
YAZID BUSTOMIN PAUTINA
NIM. 931418191

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Senin, 30 Mei 2022

Waktu : 10:00:00

Penguji

1. TINEKE WOLOK, ST.,M.M.
NIP.197305232006042002
2. Dr. UMIN KANGO, S.Pd, M.Si
NIP.197910122005012001
3. YULINDA L ISMAIL, M.Si
NIP.197607042005012002
4. ZULFIA K ABDUSSAMAD, S.E., M.Si
NIP.197909252005012001

1. 
.....
2. 
.....
3. 
.....
4. 
.....

Mengetahui:
DEKAN FAKULTAS EKONOMI

Dr. RAFLIN HINELLO, S.Pd.,M.Si(Plt)
NIP.197306181999031001



PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA APLIKASI BELANJA *ONLINE* SHOPEE**
(Studi pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)

SKRIPSI

Oleh

YAZID BUSTOMIN PAUTINA

931418191

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji:

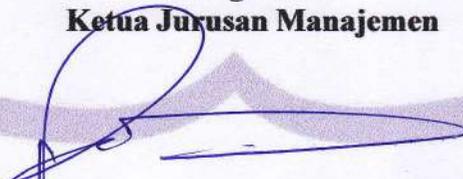
Pembimbing I

Pembimbing II


Yulinda L. Ismail, S.Pd., M.Si.
NIP. 19760704 200501 2 002


Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si.
NIP. 19790925 200501 2 001

Mengetahui:
Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Rizan Machmud, S.Kom., M.Si.
NIP 19830716 200912 1 006

ABSTRAK

Yazid Bustomin Pautina 931 418 191. 2022. “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja *Online* Shopee (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Uiversitas Negeri Gorontalo)”. Hasil Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Yulinda L. Ismail, S.Pd, M.Si sebagai pembimbing 1 dan Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si. sebagai pembimbing 2.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis 1) pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi belanja *online* shopee, 2) pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi belanja *online* shopee, 3) pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi belanja *online* shopee. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive random sampling* yaitu sebanyak 93 orang. Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan populasi mahasiswa manajemen fakultas ekonomi universitas negeri Gorontalo. Alat uji analisis yang digunakan dalam menguji penelitian ini yaitu uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t (parsial) 1) kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai t hitung $3.052 > t$ tabel 1.986, 2) kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai t hitung $7.362 > t$ tabel 1.986, sedangkan hasil penelitian uji F menunjukkan F hitung $63.844 < F$ tabel 3.10 dengan taraf signifikansi 0,05. Artinya kepercayaan dan kemudahan secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian pada aplikasi belanja *online* shopee. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi menunjukkan R Square sebesar 58,7% dikategori cukup, dapat disimpulkan bahwa 3) kepercayaan dan kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi belanja *online* shopee sedangkan sisanya 41,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel harga, promosi, kualitas informasi serta variabel moderasi seperti *corporate image*.

Kata Kunci : ***Kepercayaan, Kemudahan, Keputusan pembelian.***

ABSTRACT

Yazid Bustomin Pautina, 931 418 191. 2022. "The Influence of Trust and Convenience on Purchasing Decision on Shopee Online Shopping Application (Study on Students in Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Gorontalo)". Undergraduate Thesis. Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Gorontalo. The principal supervisor is Yulinda L. Ismail, S.Pd., M.Si, and the co-supervisor is Zulfia K. Abdussamad, SE., M.Si.

This study aims to determine and analyze 1) the influence of trust on purchasing decision on Shopee online shopping application, 2) the influence of convenience on purchasing decision on Shopee online shopping application, and 3) the influence of trust and convenience on purchasing decision on Shopee online shopping application. The sampling uses purposive random sampling amounted to 93 people. The data collection technique applies a questionnaire with a population of students in Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Gorontalo. The analytical test used in testing the research is the multiple linear regression test.

The research findings indicate that the results of t-test (partial) include: 1) the trust influences the purchasing decision as indicated by the t-count value of $3.052 > t$ -table 1.986, 2) the convenience influences the purchasing decision as indicated by the t-count value of $7.362 > t$ -table 1.986, while the results of F test shows F count for $63.844 < F$ table for 3.10 with a significance level of 0,05. This means that simultaneously, the trust and convenience influence purchasing decision on Shopee online shopping application. Based on the calculation of the coefficient of determination, it obtains R Square of 58,7% in the sufficient category, thus it can be concluded that 3) simultaneously, the trust and convenience influence purchasing decision on Shopee online shopping application while the remaining 41,3% is influenced by other variables that are not examined in this study, such as variables of price, promotion, information quality, and moderating variable such as the corporate image.

Keywords: *Trust, Convenience, Purchasing Decision*

