

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA APLIKASI *E-COMMERCE* SHOPEE
OLEH MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMIKA DAN BISNIS UNWIRA**

SKRIPSI



Oleh

**Mariana Ndawang
Nim: 31121033**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI *E-COMMERCE*
SHOPEE OLEH MAHASISWA FAKULTAS EKONOMIKA DAN
BISNIS UNWIRA

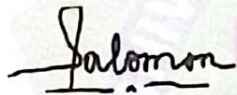
Oleh

Mariana Ndawang
Nim : 31121033

Telah Disetujui

Oleh

Dosen Pembimbing I



Br. Salomon Leki, S.E., M.Ec. Dev
NIDN : 0821086701
Tanggal : 04 Juni 2025

Dosen Pembimbing II



Maria Imakulata Pongge, S.E., M.Ec. Dev
NIDN : 1527129601
Tanggal : 11 Juni 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan



Adrianus Ketmoen, S.E. MM
NIDN : 0812098901
Tanggal : 11 Juni 2025

LEMBARAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : Selasa 27 Mei 2025

Jam : 11.00- 13.00

Tempat : *Conference Room*

Atas Nama : Mariana Ndawang

No. Registrasi : 31121033

Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

- | | | | |
|----------------|---|--------------------------------------|---------------------|
| 1. Ketua | : | Br. Salomon Leki,SVD, SE,M.Ec.Dev | (<i>Salomon</i>) |
| 2. Sekretaris | : | Maria Imakulata Pongge, SE, M.Ec.Dev | (<i>Maria</i>) |
| 3. Penguji I | : | Enike Tje Yustin Dima, SE. ME | (<i>Enike</i>) |
| 4. Penguji II | : | Adrianus Ketmoen, SE. MM | (<i>Adrianus</i>) |
| 5. Penguji III | : | Br. Salomon Leki,SVD, SE,M.Ec.Dev | (<i>Salomon</i>) |

MENGETAHUI:

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Dr. M. E. Perseveranda, SE, M.Si
NIDN: 0819066703

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan



Adrianus Ketmoen, SE, MM
NIDN: 0812098901

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Mariana Ndawang

No Registrasi : 31121033

Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomika Dan Bisnis/ Pembangunan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI *E-COMMERCE* SHOPEE OLEH MAHASISWA FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS UNWIRA

Adalah benar – benar karya saya sendiri dan apabila dikemudian hari ditemukan unsur-unsur plagiarisme, maka saya bersedia diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kupang, Juni 2025



Mariana Ndawang

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Tidak ada jalan pintas menuju kesuksesan, tapi dengan kerja keras dan dedikasi, kamu bisa mencapainya”

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan yang maha kuasa, Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya Bapak Antonius Bombang dan Ibu Genoveva Mini serta Kakak saya Adrianus Suwandrianus Rindu, Benyamin Tote, Nikolaus Ndiwal, Florentina Mey, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada saya.

Kupang, 2025

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini ditulis oleh Mariana Ndawang (31121033), dengan judul skripsi “Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Aplikasi *E-Commerce Shopee* Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Unwira, dibawah bimbingan Br. Salomon Leki, S.E., M.Ec. Dev selaku pembimbing 1 dan Ibu Maria Imakulata Pongge S.E., M.Ec. Dev selaku pembimbing II.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu (1) Apakah kemudahan penggunaan shopee mempengaruhi Keputusan Pembelian oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unwira. (2) Apakah persepsi harga di *e-commerce* shopee dan toko *offline* mempengaruhi keputusan pembelian oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unwira. (3) Apakah voucher gratis ongkir mempengaruhi keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unwira. (4) Apakah Penawaran Khusus pada tanggal istimewa di mempengaruhi keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unwira. (5) Apakah sistem *payment* mempengaruhi keputusan pembelian oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unwira.

Populasi dalam penelitian ini Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unwira yang berjumlah 1.384 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang dihitung menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner. Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan diolah menggunakan SPSS 24 yaitu Analisis analisis statistik deskriptif dan Analisis Statistic Inferensial. Dengan empat uji yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan analisis koefisien determinasi (R^2).

Hasil analisis uji T menunjukkan bahwa beberapa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa. Untuk variabel kemudahan penggunaan *Shopee* (X_1), diperoleh t hitung sebesar 4.495 dengan t tabel 1.986 dan signifikansi 0.000, sehingga H1 diterima, menunjukkan pengaruh positif. Variabel persepsi harga di *E-Commerce* Shopee dan toko *offline* (X_2) juga berpengaruh signifikan, dengan t hitung 5.103, t tabel 1.986, dan signifikansi 0.000, yang berarti H2 diterima. Selain itu, voucher gratis ongkir (X_3) menunjukkan t hitung 4.487, t tabel 1.986, dan signifikansi 0.000, sehingga H3 diterima. Namun, penawaran khusus pada tanggal istimewa (X_4) tidak berpengaruh signifikan, dengan t hitung 1.624, t tabel 1.986, dan signifikansi 0.108, sehingga H4 ditolak. Untuk sistem *payment* (X_5), t hitung 3.901 dan t tabel 1.986 dengan signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa H5 diterima, berpengaruh positif.

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan F hitung 38.220, F tabel 2.31, dan signifikansi 0.000, sehingga H1 diterima. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.680 menunjukkan bahwa 68% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yang diteliti, sedangkan 32% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, persepsi harga, dan voucher gratis ongkir, sistem *payment* berkontribusi signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa di aplikasi *e-commerce* Shopee, sementara penawaran khusus pada tanggal istimewa tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci: *Shopee, Persepsi harga e-commerce, Sistem payment, Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

This research was written by Mariana Ndawang (31121033), with the title of the thesis *Analysis of Factors Influencing Purchasing Decisions on the Shopee E-Commerce Application by Students of the Faculty of Economics and Business, Unwira*, under the guidance of Br. Salomon Leki, S.E., M.Ec. Dev as supervisor I and Mrs. Maria Imakulata Pongge S.E., M.Ec. Dev as supervisor II.

The formulation of the problem in this study is whether the ease of use of shopee affects purchasing decisions by students of the Faculty of Economics and Business Unwira. Does the perception of prices in e-commerce shopee and offline stores affect purchasing decisions by students of the Faculty of Economics and Business Unwira. Does the free shipping voucher offered by shopee affect purchasing decisions by students of the Faculty of Economics and Business Unwira. Does the special offer on a special date on shopee affect purchasing decisions by students of the Faculty of Economics and Business Unwira. Does the payment system available on shopee affect purchasing decisions by students of the Faculty of Economics and Business Unwira.

The population in this study were active students of the Faculty of Economics and Business, Unwira, totaling 1,384 people. The sample in this study was 94 people calculated using the Slovin formula. Data collection using observation and questionnaires The data sources used in this study were primary data and processed using SPSS 24, namely Descriptive Statistical Analysis and Inferential Statistical Analysis. With four tests, namely classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and determination coefficient analysis (R).

The results of the T-test analysis show that several independent variables have a significant effect on students' purchasing decisions. For the Shopee ease of use variable (X_1), a t count of 4.495 was obtained with a t table of 1.986 and a significance of 0.000, so H_1 is accepted, indicating a positive effect. The price perception variable in Shopee E-Commerce and offline stores (X_2) also has a significant effect, with a t count of 5.103, a t table of 1.986, and a significance of 0.000, which means H_2 is accepted. In addition, free shipping vouchers (X_3) show a t count of 4.487, a t table of 1.986, and a significance of 0.000, so H_3 is accepted. However, special offers on special dates (X_4) do not have a significant effect, with a t count of 1.624, a t table of 1.986, and a significance of 0.108, so H_4 is rejected. For the payment system (X_5), the calculated t is 3.901 and the t table is 1.986 with a significance of 0.000 indicating that H_5 is accepted and has a positive effect.

The results of the F test show that the independent variables simultaneously have a significant influence on purchasing decisions, with a calculated F of 38.220, a table F of 2.31, and a significance of 0.000, so that H_i is accepted. In addition, the determination coefficient (R) of 0.680 indicates that 68% of the variation in purchasing decisions can be explained by the independent variables studied, while 32% is influenced by other factors. These results indicate that ease of use, price perception, and free shipping vouchers, the payment system significantly contributes to students' purchasing decisions on the Shopee e-commerce application, while special offers on special dates do not have a significant influence.

Keywords: *Shopee, Price perception, e-commerce, Payment system, Purchase decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan berkatNya kepada penulis, sehingga penulis masih diberikan kesehatan dan kesempatan serta melapangkan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Aplikasi *E-Commerce* Shopee Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Unwira”** tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini, dapat terselesaikan karena bantuan, serta doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan rasa penuh syukur dan ketulusan hati penulis menyampaikan limpah terimakasih kepada:

1. Pater Dr. Philipus Tulle, SVD. Selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M. E. Perseveranda, SE., M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Bapak Adrianus Ketmoen, SE., M.M selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
4. Bruder Salomon Leki, S.E., M.Ec.Dev selaku pembimbing 1 dan Ibu Maria Imakulata Pongge, S.E.,M.Ec.Dev selaku pembimbing II yang telah rela meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan proposal ini.
5. Ibu Enike Tje Yustin Dima S.E., M.E selaku pembimbing akademik yang selalu membimbing dan memberikan solusi kepada penulis selama kuliah.

6. Keluarga tercinta Bapak Antonius Bombang, Mama Genoveva Mini, serta kakak Suwandrianus Rindu, Benyamin Tote, Nikolaus Ndiwal, Maria Florentina Mey yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga bisa berada sampai titik ini. Terimakasih sudah menguatkan dan menjadi panutan saya.
7. Sahabat-sahabat terbaik Maria Valentina Dede, Ermelinda Soi Fahik, Maria Holintia Rani, dan Theresia Wini Wea yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan semangat dengan cara masing-masing kepada penulis.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan proposal ini.

Dengan demikian, penulis menyadari bahwa penulis merupakan manusia yang tidak pernah luput dari kesalahan sebab itu penulis sadar bahwa penulisan proposal ini masih mempunyai banyak kesalahan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan proposal ini. Akhir kata, semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi kita semua terutama bagi Program Studi Ekonomi Pembangunan tercinta.

Kupang, 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	9
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	9
2.2 Keputusan Pembelian	11
2.3 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan pembelian	12
2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di <i>E-Commerce Shopee</i>	16
2.4.1 Persepsi Harga di E-Commerce Shopee dan Toko Offline	16
2.4.2 Voucher Gratis Ongkir untuk Setiap Pembelian	17
2.4.3 Penawaran Khusus pada Tanggal Istimewa	20
2.4.4 Sistem Payment	21
2.4.5 Kemudahan Penggunaan Shopee	22
2.5 Penelitian Terdahulu	23

2.6 Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Lokasi dan waktu penelitian	34
3.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel	36
3.4 Jenis Data	37
3.4.1 Data kuantitatif	37
3.4.2 Data Kualitatif	38
3.5. Sumber Data	38
3.5.1 Data Primer	38
3.5.2 Data Sekunder	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.1 Kuisisioner	39
3.6.2 Observasi	39
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.7.1 Analisis Deskriptif	39
3.7.2 Analisis Statistic Inferensial	40
3.7.3 Teknik Analisis Uji Validitas dan Uji realibilita.....	40
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	41
3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.7.6 Uji Hipotesis	43
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	45
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian	45
4.1.1 Alamat Universitas Katolik Widya Mandira Kupang	45
4.1.2 P rofil Singkat Universitas Katolik Widya Mandira Kupang ...	45
4.1.3 Visi dan Misi Universitas Katolik Widya Mandira.....	49
4.1.4 Profil Singkat Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unwira.....	50
4.1.5 Visi dan Misi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unwira	51
4.1.6 Sejarah <i>Shopee</i>	51

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	53
5.1 Karakteristik Responden	53
5.1.1 Jenis Kelamin.....	53
5.1.2 Program studi	54
5.2 Teknik Analisis Data	54
5.2.1 Analisis Deskriptif:	54
5.2.2 Analisis Statistik Inferensial	56
5.2.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	56
5.2.3 Uji Validitas	58
5.2.4 Uji Realibilitas	60
5.3 Uji Asumsi klasik	61
5.3.1 Uji Normalitas	61
5.3.2 Uji Multikolinearitas	64
5.3.2 Uji Heteroskedastisitas	65
5.4 Uji Hipotesis	66
5.4.1 Uji t (Parsial)	66
5.4.2 Uji f (Simultan)	70
5.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
5.6 Pembahasan	72
5.6.1 Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen	73
5.6.1.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Shopee terhadap Keputusan Pembelian.	73
5.6.2.2 Pengaruh Persepsi harga di <i>e-commerce shopee</i> dan toko <i>offline</i> terhadap keputusan pembelian.	74
5.6.2.3 Pengaruh Voucher gratis ongkir terhadap keputusan pembelian	75
5.6.2.4 Pengaruh penawaran khusus tanggal istimewa terhadap keputusan pembelian	76
5.6.2.5 Pengaruh sistem payment terhadap keputusan pembelian	78
5.6.2 Pengaruh kemudahan penggunaan shopee, persepsi harga di <i>e-commerce shopee</i> dan toko <i>offline</i> , voucher gratis ongkir, penawaran khusus tanggal istimewa dan sistem payment terhadap keputusan pembelian.	79

BAB V1 PENUTUP.....	80
6.1 Kesimpulan	80
6.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>E-Commerce</i> terpopuler di Indonesia	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional	31
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program studi	52
Tabel 5.3 Hasil Uji analisis Deskriptif Descriptive Statistics	54
Tabel 5.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients ^a	56
Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 5.6 Hasil Uji Realibilitas	61
Tabel 5.7 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov Test	63
Tabel 5.8 Hasil Uji Multikolinearitas Coeficienta	64
Tabel 5.9 Hasil uji heteroskedatisitas	66
Tabel 5.10 Hasil Uji t (Parsial)	67
Tabel 5.11 Hasil Uji F (Parsial)	70
Tabel 5.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Pengguna <i>Shopee</i> FEB Unwira	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1 Logo <i>Shopee</i>	52
Gambar 5.1 Histogram Uji Normalitas	62
Gambar 5.2 Hasil Uji P-P Plot	62
Gambar 5.3 Uji Heteroskedastisitas	65