

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PENGGUNAAN TEKNOLOGI
E-COMMERCE
(Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas AMIKOM Yogyakarta)**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Viktoria Rini Karmi

20.93.0173

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2024

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PENGGUNAAN TEKNOLOGI
E-COMMERCE
(Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas AMIKOM Yogyakarta)**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Viktoria Rini Karmi

20.93.0173

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN TERHADAP PENGGUNAAN TEKNOLOGI E-COMMERCE
(Studi kasus mahasiswa S1 Universitas Amikom Yogyakarta)**

yang dipersembahkan dan disusun oleh

Viktoria Rini Karmi

20.93.0173

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 17 Juli 2024

Dosen Pembimbing,



Widiyanti Kurnianingsih, S.E., M.Ak., Ak., CA
NIK. 190302027

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN TERHADAP PENGGUNAAN TEKNOLOGI E-COMMERCE
(Studi kasus mahasiswa S1 Universitas Amikom Yogyakarta)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Viktoria Rini Karmi

20.93.0173

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 Juli 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Edv Anan, S.E., M.Ak., CA., CBV., CertDA
NIK : 190302382

Fahrul Imam Santoso, SE, M.Ak, Ak, CA, C.FTax
NIK : 190302295

Widiyanti Kurnianingsih, S.E., M.Ak., Ak., CA
NIK : 190302027

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Tanggal 17 Juli 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom
NIK. 190302125

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Viktoria Rini Karmi
NIM : 20.93.0173
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
Universitas : Universitas AMIKOM Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Penggunaan Teknologi *E-commerce*” bukan merupakan karya plagiasi dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan yang tertera dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dalam naskah dan karya yang telah dibuat akan menjadi tanggung jawab saya pribadi kemudian hari.

Yogyakarta, 17 Juli 2024



Viktoria Rini Karmi

20.93.0173

HALAMAN MOTTO

Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.

Filipi 4:6

Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang

Amsal 23:18

Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah bagi usahamu

2 Tawarikh 15:7

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap semangat dan berjuang!”

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Dan tidak ada kemudahan tanpa doa”

Ridwan Kamil

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam proses perkuliahan ini, hingga pada tahap akhir skripsi ini, begitu banyak doa, dukungan, motivasi, bantuan, kritikan, serta saran yang diterima penulis dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih serta mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Tuhan yang maha Esa, atas segala pertolongan, berkat, cinta kasih, karunia yang selalu membantu penulis dalam segala urusan.
2. Bapa Donatus Tarmin dan Mama Olivia Ndongon yang selalu memberi dukungan baik dalam segala bentuk.
3. Kakak Minda, adik Brayen, Riani, Riana (almarhum), Ary dan Tania yang selalu memberi semangat.
4. Ibu Widiyanti Kurnianingsih, S. E., M. Ak., Ak., CA selaku dosen pembimbing yang sangat baik dan selalu mendukung dan membimbing penulis.
5. Seluruh Dosen Akuntansi Universitas AMIKOM yang sangat baik telah memberikan banyak ilmu kepada penulis.
6. Saudara Stefanus yang selalu membantu dan menemani penulis selama penulisan skripsi
7. Kepada teman-teman akuntansi 20 yang menemani penulis dari awal masuk kuliah.
8. Kepada sahabat-sahabat saya yang selalu memberi motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta yang berjudul “ Analisis Faktor- Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan *ShopeeFood*”. Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi.

Dalam proses penyusunan laporan ini penulis mendapatkan banyak bantuan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Ibu Widiyanti Kurnianingsih, S. E., M. Ak., Ak., CA. Selaku Ketua Prodi Akuntansi Universitas AMIKOM Yogyakarta
4. Ibu Widiyanti Kurnianingsih, S. E., M. Ak., Ak., CA. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

5. Seluruh Bapak Ibu Dosen program studi Akuntansi Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman yang sangat berharga kepada penulis.
6. Bapa dan Mama yang selalu setia mendoakan dan mendukung dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Responden yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian penulis, berkat waktu dan kesediaan yang responden luangkan penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar.
8. Terakhir untuk semua pihak yang penulis tidak sebut satu persatu yang secara langsung dan tidak langsung membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam Penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan yang terdapat pada penulisan skripsi ini, akan hal tersebut penulis mengharapkan kritik dan saran yang diberikan untuk menambah pemahaman serta wawasan penulis dan penulis sangat berharap skripsi ini dapat berguna untuk semua orang.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SKRIPSI.....	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
SKRIPSI.....	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
LEMBAR PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.2 Keputusan Pembelian	17
2.3 Promosi	18
2.4 Persepsi Harga	21
2.5 Kemudahan Penggunaan	23
2.6 Kualitas Pelayanan	24
2.7 Loyalitas Pelanggan	25
2.8 Penelitian Terdahulu	27
2.9 Kerangka Pemikiran	29
2.10 Hipotesis Penelitian	30
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
3.1 Data dan Sumber	35
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Operasional Variabel	37

3.4 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.6 Metode Analisis Data	43
BAB IV	47
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum	47
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	53
4.6 Analisis Statistik Deskriptif	54
4.7 Uji Asumsi Klasik	55
4.8 Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.9 Uji Hipotesis	58
4.10 Pembahasan	62
BAB V	67
PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Keterbatasan Penelitian	68
5.3 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN - LAMPIRAN	75

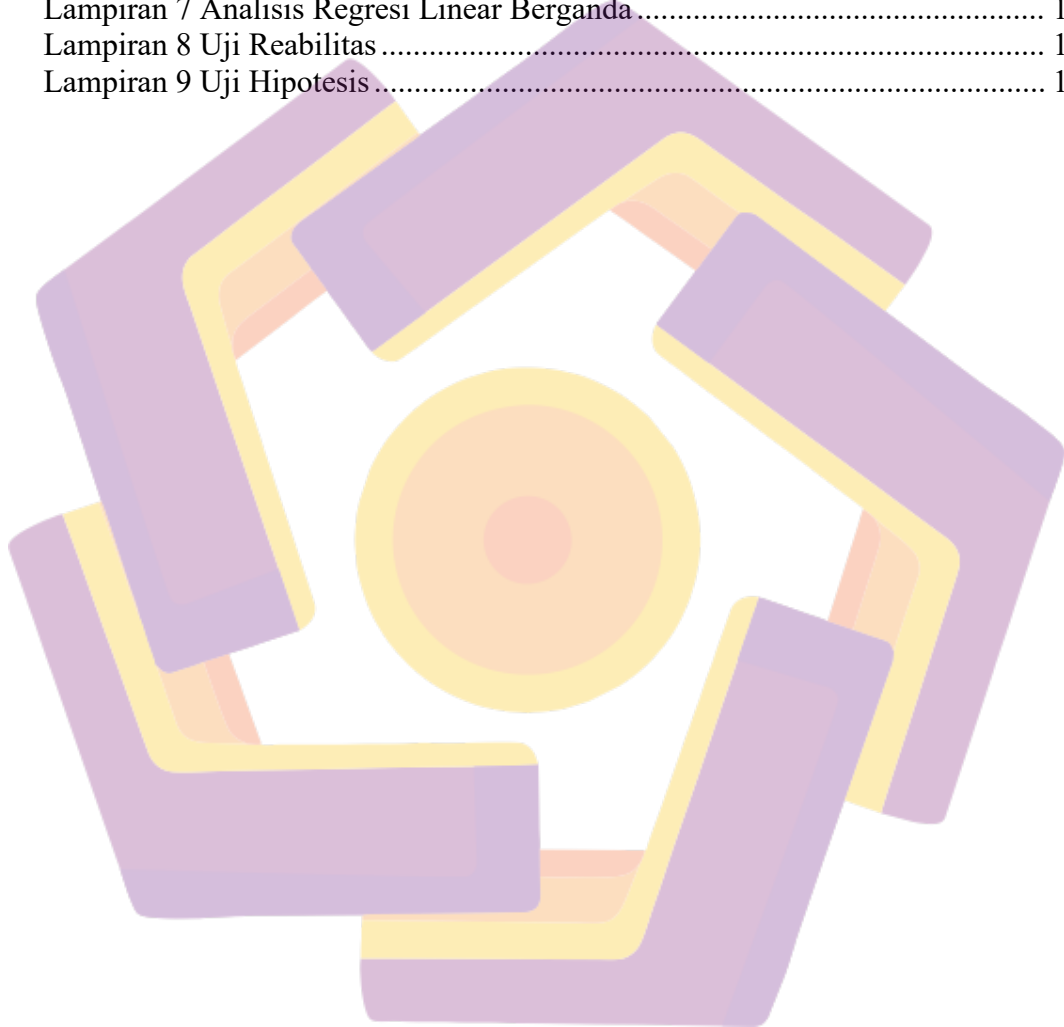
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	37
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert	41
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	53
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif	54
Tabel 4. 7 Uji Normalitas	55
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4. 9 Uji Heterokedastisitas	57
Tabel 4. 10 Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Simultan (Uji f)	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	76
Lampiran 2 Karakteristik data penelitian	80
Lampiran 3 Tabulasi Data	81
Lampiran 4 Analisis Statistik Deskriptif	95
Lampiran 5 Uji Validitas	96
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	99
Lampiran 7 Analisis Regresi Linear Berganda	100
Lampiran 8 Uji Reabilitas	101
Lampiran 9 Uji Hipotesis	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet Seluruh Indonesia	1
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	30



INTISARI

Perdagangan atau bisnis elektronik yang sering disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)* menjadi bertambah di masa perkembangan teknologi sekarang. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh promosi, persepsi harga, kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian pada *ShopeeFood* (studi kasus mahasiswa universitas AMIKOM Yogyakarta). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan mendapatkan 100 responden. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi, persepsi harga, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, variabel kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel promosi, persepsi harga, kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : promosi, persepsi harga, kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, keputusan pembelian

ABSTRACT

Electronic commerce or business which is often referred to as electronic commerce (e-commerce) is increasing in the current era of technological development. The purpose of this study is to identify and analyze the influence of promotion, price perception, ease of use, service quality and customer loyalty on purchasing decisions at ShopeeFood (case study of AMIKOM Yogyakarta University students). The sampling technique in this study used purposive sampling and obtained 100 respondents. The data used is primary data obtained from questionnaires that have been filled out by 100 respondents. The results of this study indicate that the variables of promotion, price perception, service quality and customer loyalty have a positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, the variable ease of use has a negative and insignificant effect on purchasing decisions. The variables of promotion, price perception, ease of use, service quality and customer loyalty simultaneously have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *promotion, price perception, ease of use, service quality, customer loyalty, purchasing decisions*