

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION*  
SECARA *ONLINE* (Survei Pada Mahasiswa Manajemen dan  
Akuntansi Universitas Negeri Jakarta)**

**TRIA OCTA SABILA REVYANTO  
8223154956**



**Karya Ilmiah ini disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Ahli Madya di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2018**

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE ON  
PURCHASE DECISION FASHION PRODUCTS VIA ONLINE  
(Survey on Management and Accounting Students, State University  
of Jakarta)***

**TRIA OCTA SABILA REVYANTO  
8223154956**



*The Scientific Paper was written to acquire one of The Requirement to get the  
title of Ahli Madya Degree at Faculty of Economics State University of Jakarta*

***STUDY PROGRAM OF DIII MARKETING MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVIVERSITY OF JAKARTA  
2018***

## ABSTRAK

**Tria Octa Sabila Revyanto. 2018. 8223154956. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Secara *Online* (Survei Pada Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi Universitas Negeri Jakarta).** Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* secara *online*. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 175 responden yang pernah membeli produk *fashion* secara *online*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *probably sampling* dengan metode *simple random sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, pengujian hipotesis, dan analisis regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa adanya pengaruh antara variabel persepsi kemudahan terhadap variabel keputusan pembelian. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,723 (72,3%), dan sisanya 0,277 (27,7%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keputusan Pembelian, Produk *Fashion*

## ABSTRACT

*Tria Octa Sabila Revyanto. 2018. 8223154956. The Influence of Perceived Ease of Use on Purchase Decision Fashion Products via Online (Survey on Management and Accounting Students, State University of Jakarta). Study Program DIII Marketing Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

*This research aims analyze the influence of perceived ease of use on purchase decision fashion products via online. The data that used in this research were collected from the result of spreading questionnaires to 175 respondents whom ever bought fashion products via online. The sampling technique used probably sampling with simple random sampling method. The technique of data analysis used descriptive analysis, hypothesis testing, and simple linier regression analysis. From the result of this research, known that perceived ease of use has influence significantly towards purchase decision. This is showed by the value of coefficient determination ( $R^2$ ) is 0,723 (72,3%) and the rest is 0,277 (27,7%) that means explained by the other of independent variables that was not analyze in this research.*

*Keyword: Perceived Ease of Use, Purchase Decision, Fashion Products*



Building  
Future  
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285  
Laman: www.fe.unj.ac.id



AN ISO 9001:2008 CERTIFIED COMPANY

**SURAT KETERANGAN  
PENDAFTARAN UJIAN KARYA ILMIAH**

Nama : Tria Octa Sabila Revyanto

No.Registrasi : 8223154956

Telah menyelesaikan administrasi akademik sesuai dengan peraturan/bebas studi dan kepadanya diperkenankan mengikuti ujian Karya Ilmiah.

Koordinator Program Studi : Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi

Dra. Sholikhah, M.M.  
NIP : 196206231990032001

No	Nama	Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Sholikhah, M.M.	Pembimbing		27-07-2018

Terdaftar dibagian Akademik  
Kasubag Akademik Kemahasiswaan  
dan Alumni FE

Widoyo, S.Pd  
NIP : 197101011993101001

Jakarta, 27 Juli 2018

Yang menyerahkan,

Tria Octa Sabila Revyanto  
No.Reg : 8223154956

Catatan :

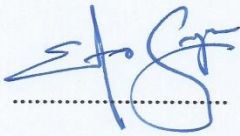


Karya Ilmiah diserahkan kepada penguji paling lambat dua hari sebelum ujian

## LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus.  
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>M. Edo S. Siregar, S.E., M.BA.</u> NIP. 19720125 200212 1 002		<u>13-08-2018</u>
Penguji Ahli		
<u>Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si.</u> NIP.19720617 199903 1 001		<u>15-08-2018</u>
Dosen Pembimbing		
<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 19620623 199003 2 001		<u>15-08-2018</u>



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 27 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Tria Octa Sabila Revyanto

No. Reg. 8223154956

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya serta kedua orang tua yang selalu mendoakan dan mendukung penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan karya ilmiah dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Secara *Online* (Survei Pada Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi Universitas Negeri Jakarta). Penyusunan karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran dan Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan karya ilmiah ini.
2. Dr. Dedi Purwana, E.S, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
4. Seluruh Dosen Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dan memberikan ilmu bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Group Rajin Menabung serta teman-teman Prodi DII Manajemen Pemasaran seluruh kerabat yang telah memberi dukungan, semangat, dan membantu penulis dalam penyusunan karya ilmiah ini.



Penulis menyadari kekurangan dalam penyusunan ini karena keterbatasan penulis wawasan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membantu penulis untuk lebih baik lagi. Semoga karya ilmiah ini dapat membantu dan berguna bagi penulis dan orang lain.

Jakarta, 27 Juli 2018

Penulis