

**“PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DI SHOPEE”
(Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta)**

**IBNU PRANATA
8223164934**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2018

***“THE EFFECT OF EASY USE ON PURCHASE DECISION OF
FASHION PRODUCTS IN SHOPEE”***

(Survey on Students of the Faculty of Economics Jakarta State University)

IBNU PRANATA

8223164934



This Scientific work was written to fulfill one of the requirements to get the title of the Experts Associate at Faculty of Economics, State University of Jakarta

MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII

MANAGEMENT MAJOR

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2018

ABSTRAK

Ibnu Pranata, 2019; Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Jakarta: Program Studi Manajemen Pemasaran, Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. Dosen Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Memberikan gambaran tentang kemudahan penggunaan 2) Gambaran tentang keputusan pembelian. 3) Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di Shopee. 4) seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di Shopee. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen kuesioner. Sampel yang diambil adalah sebanyak 115 responden. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah membeli produk *fashion* di Shopee. Metode analisis data menggunakan Analisis statistika deskriptif dan Analisis regresi sederhana. Menggunakan aplikasi SPSS Versi 25 untuk mengolah data hasil penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Berdasarkan nilai koefisien determinasi atau R^2 , keputusan pembelian 20,7% dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan. Sisanya sebesar 79,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Kemudahan penggunaan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ibnu Pranata, 2019; Effect of Ease of Use on Fashion Product Purchasing Decisions (Survey on Students of the Faculty of Economics, Jakarta State University). Scientific Work, Jakarta: Marketing Management Study Program, Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta. Supervisor: Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Sc.

The purpose of this study is to find out: 1) Provide an overview of ease of use 2) An overview of purchasing decisions. 3) Effect of ease of use on purchasing decisions on fashion products at Shopee. 4) how much influence the ease of use variables have on the purchasing decisions of fashion products at Shopee. The method of collecting data uses a survey method with a questionnaire instrument. The sample taken was 115 respondents. The subjects of this study were students of Faculty of Economics, Jakarta State University students who had bought fashion products at Shopee. Data analysis method used descriptive statistical analysis and simple regression analysis. Using the SPSS Version 25 application to process research data. The results of this study indicate that ease of use has a significant positive effect on purchasing decisions on fashion products in Shopee at the Faculty of Economics, Jakarta State University students, with a significant value of 0.001. Based on the coefficient of determination or R^2 , the purchase decision of 20.7% is influenced by ease of use. The remaining 79.3% is influenced by other variables.

Keywords: Ease of use, Purchasing Decision

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus.

NIP. 196712071992031001

Nama
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

M. Edo S Siregar, S.E., M.B.A
NIP. 197201252002121002



21-08-2019

Penguji Ahli

Shandy Aditya, BIB., M.PBS
NIP. 198404082019031003



21-08-2019

Dosen Pembimbing

Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si
NIP. 197206171999031001



21-08-2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik ahli madya di Universitas Negeri Jakarta
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.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 1 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,


METERAI
TEMPEL
Tgl. 20
D64E2AFF973134768
6000
ENAM RIBURUPIAH
Ibnu Pranata

No. Reg. 8223164934

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan yang maha esa yang telah memberikan segala rahmat serta karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Di Shopee (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)”** selesai tepat pada waktunya. Karya Ilmiah ini merupakan salah satu syarat dan kewajiban yang harus dipenuhi guna mencapai gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada kedua orang tua yang tiada hentinya memberi semangat dan doa untuk peneliti sehingga Karya Ilmiah ini selesai. Selain itu peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini terkhusus kepada :

1. Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti.

4. Dosen-dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti duduk dibangku perkuliahan.
5. Rekan-rekan mahasiswa khususnya DIII Manajemen Pemasaran 2016 yang sudah berkenan membantu dalam menyusun Karya Ilmiah ini.

Peneliti menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 12 Agustus 2019

Peneliti