

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* DI SHOPEE PADA MAHASISWA JURUSAN
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNDIKSHA**

Oleh

Komang Ayu Widianita, NIM 1617041066

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian secara online di Shopee pada mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Undiksha, dan (2) faktor yang paling dominan menentukan keputusan pembelian secara online di Shopee pada mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Undiksha. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan analisis faktor. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Undiksha dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian secara online di Shopee adalah faktor keunggulan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor pengetahuan, dan (2) faktor yang dominan menentukan keputusan pembelian secara *online* di Shopee faktor keunggulan dengan nilai *varimax rotation* 44,76%.

Kata Kunci: analisis faktor, keunggulan, , pengetahuan, pembelian *online*, sosial

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* DI SHOPEE PADA MAHASISWA JURUSAN
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNDIKSHA**

Oleh

Komang Ayu Widianita, NIM 1617041066

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study aims to determine (1) the factors that determine online purchasing decisions at Shopee toward students of Management Department Faculty of Economics Undiksha, and (2) the most dominant factors determining online purchasing decisions at Shopee toward students of Management Department Faculty of Economics Undiksha. This research uses quantitative research with factor analysis method. The sample in this study is students of Management Department Faculty of Economics Undiksha, with the technique of purposive sampling. Data were collected using a questionnaire and then analyzed with factor analysis. The results of this study indicate that (1) the factors that determine online shopping purchase decisions in Shopee in Undiksha Faculty of Economics majoring students are excellence factors, social factors, personal factors, knowledge factors, and (2) factors the dominant determining online shopping purchasing decisions at Shopee among Undiksha Management Department students is the excellence factor with rotation varimax of 44,766%.

Keyword: excellence, factor analysis, knowledge, personal, social