

ABSTRAK

Nama : Rahmawati

Program Studi : Manajemen

Judul : Pengaruh Produk, Kebiasaan Berbelanja dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Perilaku Pembelian Pada *Platform E-Commerce* Shopee

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk, kebiasaan berbelanja, dan kemudahan penggunaan terhadap perilaku pembelian pada *Platform E-commerce* Shopee di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden yang dipilih dengan teknik pengambilan sampel *non probability*. Analisis data dilakukan menggunakan Regresi Linier Berganda menggunakan *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26.0 untuk melihat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian secara statistik $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,07 > 1,984$) dengan tingkat signifikansi $0,041 < 0,05$, diikuti kebiasaan berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian secara statistik $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,204 > 1,984$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian secara statistik $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-5,597 < 1,984$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Ketiganya sama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian pada *platform e-commerce* Shopee di kalangan mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

Kata kunci : Produk, Kebiasaan Berbelanja, Kemudahan Penggunaan, Perilaku Pembelian, *Platform E-commerce* Shopee.

ABSTRACT

Name : Rahmawati

Study Program : Management

Title : The Influence of Product, Shopping Habits, and Ease of Use on Purchase Behavior on the Shopee E-commerce Platform

This study aims to analyze the influence of product, shopping habits, and ease of use on purchase behavior on the Shopee e-commerce platform among student of the Faculty of Economics and Business at Malikussaleh University. The method ised is quantitative with a survey approach. Data were collected though questionnaires distributed to 100 respondents selected using a non-probability sampling technique. Data analysis was conducted using Multiple Linear Regression with SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 26.0 to examine the effect of independent variables on the dependent variable. The results of the study partially show that product has a positive and significant effect on purchase behavior statistically with $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($2.07 > 1.984$) and significance level $0.041 < 0.05$, followed by shopping habits which also have a positive and significant effect on purchase behavior with $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($7.204 > 1.984$) and significance level $0.000 < 0.05$, and ease of use significantly influences purchase behavior with $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($-5.597 < 1.984$) and significance level $0.000 < 0.05$. All three variables significantly affect purchase behavior on the Shopee e-commerce platform among students of the Faculty of Economics and Business at Malikussaleh University.

Keywords : *Product, Shopping Habits, Ease of Use, Purchase Behavior, Shopee E-Commerce Platform.*