

ABSTRAK

PENGARUH FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* (Studi pada Konsumen Shopee di kota Kendal)

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian *online*. Penelitian ini dilakukan dengan konsumen yang berbelanja di Shopee di Kota Kendal sebagai responden. Metode penelitian yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Kriteria responden yaitu: minimal berusia 17 tahun, dan telah melakukan pembelian minimal satu kali di Shopee. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebagai instrument penelitian. Penelitian ini menggunakan beberapa uji instrument, uji regresi berganda, dan uji hipotesis. Pada hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Tetapi hasil pada faktor sosial membuktikan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Dari ketiga variabel independen tersebut faktor psikologis memiliki nilai yang paling mendominasi dibandingkan dengan faktor sosial dan faktor pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologis sebagai unsur pertama dalam pertimbangan konsumen berbelanja di Shopee, kemudian unsur kedua adalah faktor pribadi. Sedangkan untuk faktor sosial, tidak termasuk pertimbangan konsumen dalam berbelanja di Shopee.

Kata Kunci: Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis dan Keputusan Pembelian *Online*

ABSTRACT

INFLUENCE OF SOCIAL FACTORS, PERSONAL FACTORS AND PSYCHOLOGICAL FACTORS ON ONLINE PURCHASE DECISIONS

(Study on Shopee Consumers in Kendal City)

The study was conducted to determine the effect of social factors, personal factors, and psychological factors on online purchasing decisions. This research was conducted with consumers who shopped at Shopee in Kendal City as respondents. The research method used is purposive sampling with a total sample of 120 respondents. The respondent's criteria are: at least 17 years old, and have made a purchase at least once at Shopee. Primary data collection was done by distributing questionnaires as a research instrument. This study uses several instrument tests, multiple regression tests, and hypothesis testing. The results of this study prove that personal factors and psychological factors have a positive and significant effect on online purchasing decisions. But the results on social factors prove no significant effect on online purchasing decisions. Of the three independent variables, psychological factors have the most dominating value compared to social factors and personal factors. This shows that the psychological factor is the first element in the consideration of consumers shopping at Shopee, then the second element is the personal factor. As for social factors, it does not include consumer considerations in shopping at Shopee.

Keywords: Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors and Online Purchase Decisions