

INTISARI

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE MENGUNAKAN PLS-SEM

(Studi kasus: Pengguna aplikasi Shopee Di Kabupaten Indramayu Tahun 2021)

Ellena Novitriani

Program Studi Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Islam Indonesia

Teknologi komunikasi dan informasi menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Adanya peningkatan pengguna internet sangat berdampak pada peluang bisnis yang semakin besar. Salah satu peluang dari munculnya era digital dalam bidang bisnis disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan motor penggerak dari ekonomi berbasis digital dan tingginya pertumbuhan *e-commerce* juga sangat dipengaruhi pandemi Covid-19. Salah satu *e-commerce* di Indonesia yang paling populer adalah Shopee yang merupakan *platform* paling sering digunakan untuk berbelanja selama akhir tahun 2021. Berdasarkan hal tersebut, maka diperlukan penelitian terkait analisis faktor-faktor keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee yang terdiri dari harga, promosi, kenyamanan, dan kepercayaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Analisis data menggunakan PLS-SEM berfungsi untuk menjelaskan hubungan antar variabel laten dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner kepada 384 responden terhadap pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Indramayu tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan signifikansi antara harga, promosi, kenyamanan, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi, kenyamanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee.

Kata Kunci : *E-commerce*, Covid-19, PLS-SEM, Harga, Promosi, Kenyamanan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian.