

ABSTRAK

Fadilla Eka Putri : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Berbelanja di *E-commerce* Lazada (Studi Kasus pada Mahasiswa FMIPA UNP)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang meningkat pesat pada tahun-tahun terakhir telah membawa dampak yang menyebabkan perubahan sosial, ekonomi, dan budaya berlangsung demikian cepat. Kemajuan teknologi yang utama yaitu kemajuan teknologi dalam *gadget* yang memudahkan kita untuk berkomunikasi dan melakukan pekerjaan. Lazada adalah salah satu tempat jual beli *online* yang paling diminati. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Berbelanja di *E-commerce* Lazada.

Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dari Mahasiswa FMIPA UNP yang aktif semester Juli-Desember angkatan 2018-2020 tahun ajaran 2020 dan pernah berbelanja di *e-commerce* Lazada minimal 1 kali yang berjumlah 97 orang. Sampel yang digunakan adalah menggunakan teknik *accidental sampling*. Data yang diperoleh diolah menggunakan analisis regresi probit. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh model regresi probit terbaik yang menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi Mahasiswa dalam Berbelanja *Online* di Lazada adalah :

$$\Phi^{-1}(P_i) = -1,81 + 1,79X_1 + 1,21X_3 + 1,73X_5$$

Dengan demikian, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Mahasiswa FMIPA UNP dalam berbelanja di *e-commerce* Lazada adalah kepercayaan (X_1), Keragaman Produk (X_3), dan keamanan (X_5). Dapat diketahui bahwa variabel bebas kepercayaan (X_1), Keragaman Produk (X_3), dan keamanan (X_5) berpengaruh secara nyata terhadap Mahasiswa FMIPA UNP dalam berbelanja di *e-commerce* Lazada. Peluang tertinggi keputusan Mahasiswa dalam berbelanja *online* adalah 99,82% jika Lazada terpercaya dan memiliki jenis produk yang beragam disertai dengan transaksi yang aman.

Kata kunci : Analisis regresi probit, *e-commerce*, *accidental sampling*