

ABSTRAK

Riski Ariesta Prabowo Pranyoto. *Analisis Implementasi Sistem Belanja Online Berbasis Aplikasi E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STKIP PGRI Pacitan.* Skripsi. Pacitan: STKIP PGRI Pacitan, 2021.

Seiring berkembangnya zaman dan segala inovasi teknologi yang menyertainya, beberapa fenomena kehidupan bermunculan. Kemudahan penggunaan internet di segala aspek salah satunya dalam bidang transaksi belanja mengakibatkan meningkatnya gaya hidup sosial masyarakat. Maraknya trend belanja *online* menggunakan platform aplikasi *e-commerce* menjadi penyebab terjadinya konsumsi berlebihan dan mengarah pada perilaku konsumtif konsumen, salah satunya terjadi pada mahasiswa STKIP PGRI Pacitan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif melalui transaksi belanja *online* pada aplikasi *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan empat variabel independen yaitu variabel kualitas informasi (X1), variabel kemudahan (X2), variabel harga (X3), dan variabel kualitas produk (X4), serta variabel dependennya yaitu variabel perilaku konsumtif (Y). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan sampel penelitian sebanyak 90 mahasiswa/i. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner berupa pernyataan yang disebar secara *online* kepada responden yang melakukan pembelian *online* menggunakan teknik *random sampling*. Analisis data dilakukan dengan pengolahan data menggunakan *SPSS 16.0 for windows*. Selanjutnya analisis data dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji T.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan keempat variabel independen (X1, X2, X3, X4) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y), dan parsial hanya variabel kualitas informasi (X1) yang berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif. Sedangkan variabel kemudahan (X2), harga (X3) dan kualitas produk (X4) tidak berpengaruh. Ini disebabkan karena ada faktor lain yang mendorong untuk melakukan pembelian secara *online* dan konsumtif seperti faktor kemudahan, harga, dan faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, *E-commerce*, Belanja *Online*

ABSTRACT

Riski Ariersta Prabowo Pranyoto. *Analysis of the Implementation of an E-Commerce Application-Based Online Shopping System on Student Consumptive Behavior STKIP PGRI Pacitan. Thesis. Pacitan: STKIP PGRI Pacitan, 2021.*

Along with the development of the times and all the technological innovations that accompany it, several life phenomena have emerged. The ease of using the internet in all aspects, one of which is in the field of shopping transactions, has increased people's social lifestyles. The rise of online shopping trends using e-commerce application platforms is the cause of excessive consumption and leads to consumer consumptive behavior, one of which occurs among STKIP PGRI Pacitan students.

This study aims to determine the factors that influence consumptive behavior through online shopping transactions on e-commerce applications. This study uses four independent variables, namely the information quality variable (X1), the convenience variable (X2), the price variable (X3), and the product quality variable (X4), and the dependent variable is the consumptive behavior variable (Y). This research is a quantitative research with a research sample of 90 students. The data collection technique used a questionnaire method in the form of statements distributed online to respondents who made online purchases using random sampling techniques. Data analysis was carried out by processing data using SPSS 16.0 for windows. Furthermore, data analysis used validity, reliability, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing using F-test and T-test.

Based on the results of the study, it can be concluded that simultaneously the four independent variables (X1, X2, X3, X4) affect the dependent variable (Y), and partially only the information quality variable (X1) has a significant effect on the consumptive behavior variable. While the variables of convenience (X2), price (X3), and product quality (X4) have no effect. This is because other factors encourage online and consumptive purchases such as convenience, price, and other factors were not explained in this study.

Keywords: *Consumptive Behavior, E-commerce, Online Shopping*