

ABSTRAK

Fahrul Ruzi, 2024. **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Regresi Linear Berganda.** Tugas Akhir, Program Studi Sistem Informasi (S1), Sekolah Tinggi Informatika & Komputer Indonesia, Pembimbing: Siti Aminah, S.Si.,M.Pd

Kata kunci: *Keputusan Pembelian, Diskon Produk, Gratis Ongkir, Live Streaming, Penilaian Pembeli, Regresi Linier Berganda*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di platform e-commerce Shopee dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Variabel yang diteliti meliputi diskon produk, gratis ongkir, fitur live streaming, dan penilaian atau review pembeli. Data dikumpulkan melalui metode wawancara, angket, dan dokumentasi dari sampel mahasiswa pengguna Shopee di STIKI Malang. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel independen tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembang platform e-commerce dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan mereka serta menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya di bidang yang sama.

ABSTRACT

Fahrul Ruzi, 2024. **Analysis of Factors Influencing Purchase Decisions on Shopee Using Multiple Linear Regression.** Final Project, Information Systems Study Program (S1), Indonesian School of Informatics & Computer, Advisor: Siti Aminah, S.Si., M.Pd.

Keyword : *Purchasing Decision, Product Discount, Free Shipping, Live Streaming, Buyer Rating, Multiple Linear Regression*

This study aims to analyze the factors influencing purchasing decisions on the Shopee e-commerce platform using multiple linear regression methods. The variables studied include product discounts, free shipping, live streaming features, and buyer ratings/reviews. Data were collected through interviews, questionnaires, and documentation from a sample of Shopee user students at STIKI Malang. The analysis results indicate that all the independent variables have a significant influence on consumer purchasing decisions. This research is expected to provide insights for e-commerce platform developers in enhancing their marketing strategies and services and to serve as a reference for future studies in the same field.