

## ABSTRAK

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* PADA *E-COMMERCE* LAZADA DI MASA PANDEMI COVID-19 DI KALANGAN MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG

OLEH

MELINDA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara *online* pada *E-Commerce* Lazada dimasa pandemi Covid-19 dikalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Metode dalam penelitian ini menggunakan *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2021. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 71 orang mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner. Analisis data menggunakan *Path Analysis* dan diolah dengan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh kualitas informasi, kemudahan penggunaan aplikasi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen *E-Commerce* Lazada dimasa pandemi Covid-19 dikalangan mahasiswa pendidikan ekonomi dengan kadar determinasi sebesar 0,619 atau 61,9 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas informasi, kemudahan penggunaan aplikasi, harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen, sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar yang diteliti oleh peneliti.

**Kata kunci:** kualitas informasi, kemudahan penggunaan aplikasi, harga, kualitas produk, kepuasan konsumen, keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

### **FACTORS AFFECTING ONLINE PURCHASE DECISIONS ON E-COMMERCE LAZADA IN THE TIME OF THE COVID-19 PANDEMIC ON ECONOMIC EDUCATION STUDENTS UNIVERSITY OF LAMPUNG**

**By**

**MELINDA**

The research aims to determine factors affecting online purchase decisions on e-commerce lazada in the time of the covid-19 pandemic on economic education students. The method in the research used verificative description with an ex post facto and survey approach. The population were all active students of economics education on batch 2018-2021. The samples were 71 students who were taken by using nonprobability sampling technique with purposive sampling. Collecting data using a questionnaire. Data analysis using Path Analysis and processed with SPSS program. The results of this study indicate that there is an influence of information quality, ease of use of applications, prices and product quality on purchasing decisions through Lazada E-Commerce consumer satisfaction during the Covid-19 pandemic among economic education students with a level of determination of 0.619 or 61.9% purchasing decisions are influenced by information quality, ease of use of the application, price, product quality and customer satisfaction, the remaining 38.1% is influenced by other factors outside those studied by researchers.

**Key words :** Information quality, ease of use of the application, price, product quality, consumer satisfaction, purchasing decisions.