

ABSTRAK

Penty Puspitasari. Pengaruh Minat Beli Dan Kemudahan Penggunaan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan *Shopee Paylater* (Studi Kasus Warga RT. 02 RW. 02 Dusun Cupo, Desa Grudo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi). Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi, UNIVERSITAS PGRI MADIUN, Pembimbing (1) Dr. Novita Erliana Sari, S.Pd., M.Pd dan Pembimbing (2) Yahya Reka Wirawan, S.Pd., M.Pd

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian, (2) mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan fitur terhadap keputusan pembelian (3) mengetahui pengaruh minat beli dan kemudahan penggunaan fitur terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, populasi dalam penelitian ini yaitu keseluruhan warga Cupo yang memiliki karakteristik penelitian. Adapun Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampling jenuh/sensus dengan jumlah sampel sebanyak 37 responden yang diambil dari seluruh jumlah populasi warga yang menggunakan *Shopee PayLater*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu Uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolenieritas, uji heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi dan Uji Hipotesis berupa uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : Hasil Uji asumsi klasik untuk Uji Normalitas menunjukkan bahwa penelitian terdistribusi dengan normal, hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel X dan Y tidak terjadi masalah multikolinieritas, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa penelitian tidak memiliki masalah dengan heteroskedastisitas, hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi. Hasil Uji Hipotesis menunjukkan bahwa dari Uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel X_1 dan X_2 memiliki pengaruh terhadap variabel Y, Uji Parsial (t) menunjukkan bahwa secara parsial variabel X_1 dan X_2 tidak memiliki pengaruh terhadap Y, Uji simultan (f) menunjukkan bahwa variabel X_1 dan X_2 berpengaruh secara simultan terhadap Y, Uji Determinasi menunjukkan bahwa variabel X_1 dan X_2 mempengaruhi Variabel Y sebesar 16,7%. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa secara individu (parsial), baik faktor minat beli maupun kemudahan penggunaan fitur tidak mampu memengaruhi keputusan warga dalam bertransaksi menggunakan *Shopee Paylater*. Namun, kedua variabel tersebut harus bekerja secara bersama-sama (simultan) untuk memberikan kontribusi positif terhadap keputusan pembelian, meskipun pengaruhnya tergolong relatif kecil dan mayoritas keputusan pembelian warga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci : minat beli, kemudahan penggunaan fitur, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Penty Puspitasari. The Influence of Purchase Interest and Ease of Use of Features on Purchase Decisions Using Shopee Paylater (Case Study of Residents of RT. 02 RW. 02 Dusun Cupo, Grudo Village, Ngawi Subdistrict, Ngawi Regency). Thesis. Economics Education Study Program, UNIVERSITAS PGRI MADIUN, *Supervisors* (I) Dr. Novita Erliana Sari, S.Pd., M.Pd (II) Yahya Reka Wirawan, S.Pd., M.Pd

Keywords: *purchase intention, ease of use of features, buying decisions.*

This study aims to: (1) find out the effect of purchase interest on buying decisions, (2) find out the effect of ease of use of features on buying decisions, and (3) find out the effect of both purchase interest and ease of use of features on buying decisions. This research is a quantitative study with an associative research type. The population in this study includes all residents of Cupo who have the research characteristics. The sampling technique used is saturated sampling/census with a total of 37 respondents taken from the entire population of residents who use Shopee PayLater. The data collection methods used in this study are questionnaires and documentation. The data analysis used includes classical assumption tests such as normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test, and hypothesis testing including multiple linear regression test, t-test, F-test, and the coefficient of determination. The results of this study show that: The classical assumption test for normality indicates that the data is normally distributed, the multicollinearity test shows that variables X and Y do not have multicollinearity issues, the heteroscedasticity test shows that there are no heteroscedasticity problems, and the autocorrelation test indicates that there are no signs of autocorrelation. The hypothesis test results show that the multiple linear regression test indicates that variables X₁ and X₂ have an effect on variable Y, the partial (t) test shows that individually, variables X₁ and X₂ do not affect Y, the simultaneous (f) test shows that variables X₁ and X₂ together influence Y, and the determination test shows that variables X₁ and X₂ affect variable Y by 16.7%. The conclusion of this study is that individually (partially), neither the purchase interest factor nor the ease of using the features can influence residents' decisions to make transactions using Shopee Paylater. However, these two variables need to work together (simultaneously) to have a positive contribution to purchasing decisions, even though their impact is relatively small and most residents' purchasing decisions are influenced by other factors beyond the study.