ABSTRAK

A.Haerul Ekaputra, (2022). *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Makassar.* Dibimbing Oleh Pembimbing 1 Andi Mappatompo Dan Pembimbing 2 Syarthini Indrayani.

Penelitian ini bertujuan unutuk mengetahui pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee pada mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2018 universitas muhammadiyah makassar. Jenis penelitian kuantitatif, dengan jumlah populasi 530 mahasiswa jurusan manajemen angakatan 2018 universitas muhammadiyah makassar. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik Accidental Sampling. Penelitian ini menggunakann data primer berupa kuesioner yang disebarkan kepada responden sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan analisis data linear berganda. Hasil penelitian variabel budaya,sosial, dan psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangka variabel pribadi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *budaya, sosial, pribadi, psikologis, keputusan pembelian, pembelian online, shopee.*

UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

ABSTRACT

A. Haerul Ekaputra, (2022). *Cultural, Social, Personal, and Psychological Influences on Purchase Decisions Through the Shopee Application for Management Department Students Class of 2018 Universitas Muhammadiyah Makassar.* Supervised by Mentor 1 Andi Mappatompo and Mentor 2 Syarthini Indrayani.

This study aims to determine the influence of culture, social, personal and psychological on purchasing decisions on the Shopee application for students majoring in management 2018 at the Muhammadiyah University of Makassar. This type of research is quantitative, with a population of 530 students majoring in management, the 2018 generation of the Muhammadiyah University of Makassar. The sampling technique in this study was carried out by the Accidental Sampling technique. This study uses primary data in the form of questionnaires distributed to 100 respondents. Data analysis used multiple linear data analysis. The results of the study of cultural, social, and psychological variables have a positive and significant effect on purchasing decisions, while personal variables have no positive and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: *culture, social, personal, psychological, purchasing decisions, online purchases, shopee.*

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN