

## ABSTRAK

**IRFANDI SAPUTRA YAMIN, 2021.** Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Online Shop Lazada Sebagai Media Belanja Di Kalangan Mahasiswa Unismuh Makassar. Dibimbing oleh Enny Radjab Sebagai Pembimbing 1 dan Muchriady Muchran sebagai pembimbing 2

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Faktor Psikologis, Faktor Kemudahan, dan Gaya hidup terhadap pembelian Online (Lazada) di kalangan mahasiswa Unismuh Makassar. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Unismuh Makassar yang pernah atau sudah berbelanja di Online Shop Lazada. Adapun jumlahnya tidak diketahui. Sedangkan Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 Responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Faktor Psikologis tidak berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Online, dengan menunjukkan Nilai t hitung sebesar 0,086 dengan signifikasi 0,261 yang lebih besar dari 0,05. (2) Faktor Kemudahan berpengaruh Signifikan terhadap pembelian Online dengan nilai t hitung Sebesar 0,309 dengan signifikasi 0,006 yang Lebih Kecil dari 0,05. (3) Gaya Hidup berpengaruh terhadap pembelian online dengan tingkat signifikansinya 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. (4) Berdasarkan hasil olah data SPSS menunjukkan bahwa Koefisien determinasi R Square sebesar 0,609 yang berarti Bahwa 60,9% pembelian Online dipengaruhi oleh Faktor Psikologis, Faktor Kemudahan, Gaya Hidup.

**Kata Kunci:** Faktor Psikologis , Faktor Kemudahan, Gaya Hidup Dan Pembelian Online.

## ABSTRACT

**IRFANDI SAPUTRA YAMIN, 2021.** Analysis of the Online Shop Lazada Affected Factors as a Shopping Apps Among Unismuh Makassar Students. Supervised by Enny Radjab and Muchriady Muchran.

This research aims to find out the influence of Psychological Factors, Ease Factors, and Lifestyle on Online Purchases (Lazada) among Unismuh Makassar students. This research deployed quantitative descriptive research design. The population in this study were all Unismuh Makassar students who had shopped at Online Shop Lazada. The number was unknown. While the sample in this study were 100 respondents.

The results showed that: (1) Psychological Factors had no significant influence on Online Purchases, by showing a calculated value of 0.086 with signification of 0.261 greater than 0.05. (2) The Ease Factor had a significant influence on online purchases with a calculated value of 0.309 with significant of 0.006 which was smaller than 0.05. (3) Lifestyle influence online purchases with a significance rate of 0.001 which was smaller than 0.05. (4) Based on the results of SPSS data showed that the Coefficient of determination of R Square of 0.609 which meant that 60.9% of Online purchases were influenced by Psychological Factors, Ease Factors, and Lifestyle.

**Keywords:** *Psychological Factors, Ease Factor, Lifestyle and Online Purchase.*

