

ABSTRAK

Nur Lita Sari. 2026. Pengaruh Kualitas Layanan dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian melalui E-Commerce pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Moh Aris Pasigai dan Andi Arifwangsa Adiningrat.

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas layanan dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian melalui e-commerce pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner terhadap 110 responden. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien 0,345 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Perilaku konsumtif juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien 0,400 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dengan nilai F hitung 49,880 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan perilaku konsumtif berperan penting dalam meningkatkan keputusan pembelian mahasiswa.

Kata Kunci: kualitas layanan, perilaku konsumtif, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Nur Lita Sari. 2026. The Influence of Service Quality and Consumer Behavior on E-Commerce Purchasing Decisions among Management Study Program Students, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Moh Aris Pasigai and Andi Arifwangsa Adiningrat.

This study examines the impact of service quality and consumer behavior on e-commerce purchasing decisions among students in the Management Study Program at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. This study employed a quantitative method, collecting data through a questionnaire from 110 respondents. Data analysis used multiple linear regression with SPSS. The results showed that service quality had a positive and significant effect on purchasing decisions, with a coefficient of 0.345 and a significance level of 0.001 (< 0.05). Consumer behavior also had a positive and significant effect, with a coefficient of 0.400 and a significance level of 0.000 (< 0.05). Simultaneously, both variables had a significant effect, with a calculated F-value of 49.880 and a significance level of 0.000 < 0.05 . This finding suggests that service quality and consumer behavior play a crucial role in influencing student purchasing decisions.

Keywords: service quality, consumer behavior, purchasing decisions.

