

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *PLATFORM*  
*E-COMMERCE* SHOPEE  
(Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi di Bengkalis)**

Nama : Asri Veronika Tambunan  
NIM : 5103211577  
Dosen Pembimbing : Dwi Astuti, S.E, M.Si

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana faktor psikologis konsumen yang berbelanja di Shopee, untuk menganalisis bagaimana keputusan pembelian konsumen yang berbelanja di Shopee, dan untuk menganalisis bagaimana pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian pada *platform e-commerce* Shopee (studi kasus mahasiswa perguruan tinggi di Bengkalis). Penelitian ini merupakan penelitian jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer (kuesioner). Teknik pengambilan sampel menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menyebarkan secara *online* kepada mahasiswa perguruan tinggi di Bengkalis yang menjadi responden dan di analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji korelasi sederhana, uji regresi linear sederhana dan uji T. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh faktor psikologis konsumen yang berbelanja pada *platform e-commerce* Shopee (studi kasus mahasiswa perguruan tinggi di Bengkalis), terdapat pengaruh keputusan pembelian konsumen yang berbelanja pada *platform e-commerce* Shopee, dan terdapat pengaruh signifikan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian pada *platform e-commerce* Shopee (studi kasus mahasiswa perguruan tinggi di Bengkalis).

**Kata Kunci :** *e-commerce*, faktor psikologis, keputusan pembelian, Shopee

***THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL FACTORS ON  
PURCHASE DECISIONS ON THE SHOPEE  
E-COMMERCE PLATFORM  
(Case Study of College Students in Bengkalis)***

Name : Asri Veronika Tambunan  
Student ID Number : 5103211577  
Supervisor : Dwi Astuti, S.E, M.Si

***Abstract***

*The purpose of this research is to analyze how the psychological factors of consumers who shop at Shopee, to analyze how consumer purchasing decisions shop at Shopee, and to analyze how psychological factors influence purchasing decisions on the Shopee e-commerce platform (case study of college students in Bengkalis). This research is a quantitative research type research using primary data sources (questionnaires). The sampling technique used Nonprobability Sampling with a total of 100 respondents. Data collection using a questionnaire by distributing online to college students in Bengkalis who are respondents and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, simple correlation tests, simple linear regression tests and T tests. The results of this study indicate that there is an influence on the psychological factors of consumers who shop on the Shopee e-commerce platform (case study of college students in Bengkalis), there is an influence on the purchasing decisions of consumers who shop on the Shopee e-commerce platform, and there is a significant influence of psychological factors on purchasing decisions on the Shopee e-commerce platform (case study of college students in Bengkalis).*

**Keywords:** *e-commerce, psychological factors, purchasing decisions, Shopee*