

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN
BERBELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA ONLINE PADA MAHASISWA STIE SAK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Serjana Ekonomi**



Disusun oleh :
RINAL RUZAMAN
NPM: 1910061201251

Pembimbing Utama :
Dr. Gampo Haryono, SE., M.M.
NIDN.0228078701

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2023**

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN
BERBELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA ONLINE PADA MAHASISWA STIE SAK**

RINAL RUZAMAN

Pembimbing Utama Dr. Gampo Haryono, S.E, M.M

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)

Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kepercayaan dan pengalaman berbelanja terhadap keputusan pembelian secara *online* dan berapa besarnya pengaruh gaya hidup, kepercayaan dan pengalaman berbelanja terhadap keputusan pembelian secara *online* pada mahasiswa STIE- SAK. Teknik pengambilan sampel yang menggunakan metode *convenience sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner responden. Analisis data menggunakan Uji Regresi Berganda dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian secara *online* pada mahasiswa STIE-SAK. terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian secara *online* pada mahasiswa STIE-SAK. Tidak Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengalaman Berbelanja terhadap Keputusan Pembelian secara *online* pada mahasiswa STIE-SAK. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup, Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* pada Mahasiswa STI-SAK. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi pengusaha *online* shop untuk tetap memperhatikan Gaya Hidup, Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja konsumen disamping itu juga memperhatikan variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kunci : Gaya Hidup, Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, BELIEFS AND SHOPPING
EXPERIENCE ON PURCHASE DECISIONS ONLINE AT
STIE SAKTI ALAM KERINCI STUDENTS***

RINAL RUZAMAN

Main Advisor of Dr. Gampo Haryono, S.E., M.M

Management Study Program

Sakti Alam Kerinci College of Economics (STIE) Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of lifestyle, trust and shopping experience on online purchasing decisions and how much influence the lifestyle, trust and shopping experience on online purchasing decisions on STIE-SAK students. The sampling technique using convenience sampling method. Data obtained by distributing respondents questionnaire. Data analysis using Multiple Regression Test and Coefficient of Determination. The results of this study indicate that there is a significant influence between Lifestyle on Purchasing Decisions online for STIE-SAK students. There is a significant effect between Trust on Purchasing Decisions online for STIE-SAK students. There is no significant influence between the Shopping Experience on Purchasing Decisions online at STIE-SAK students. Simultaneously there is a significant influence between Lifestyle, Trust and Shopping Experience on Online Purchasing Decisions in STI- SAK Students. The results of this study are expected to be used as guidelines for online shop entrepreneurs to continue to pay attention to the Lifestyle, Trust and Shopping Experience of consumers, while also considering variables not examined in this study.

Keywords: Lifestyle, Trust, Shopping Experience, Decisions purchase