

## ABSTRAK

Jessica Tandra (00000015124)

### **“PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PAST EXPERIENCE*, DAN *PRICE* TERHADAP *ONLINE BUYING INTENTION* PADA SITUS BELANJA “*SHOPEE*”**

(xiv + 82 halaman + lampiran)

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh *independent variable* (*service quality*, *past experience*, dan *price*) terhadap *dependent variable* (*online buying intention*) pada situs belanja “*Shopee*”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dimana angka-angka yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang disebarakan secara *online* kepada para responden yang telah memenuhi persyaratan. Jenis desain penelitian yang digunakan adalah uji hipotesis, dimana penulis mencari sumber dari permasalahan yang terjadi, kemudian melakukan analisa dan memberikan interpretasi terhadap permasalahan yang terjadi. Objek pada penelitian ini yaitu aplikasi *online store* “*Shopee*”, *service quality*, *past experience*, *price*, dan *online buying intention*. Subjek yang dipilih untuk penelitian ini adalah para mahasiswa yang berkuliah di DKI Jakarta dan daerah Tangerang yang sudah pernah berbelanja secara *online* dengan menggunakan aplikasi *online store* “*Shopee*”. Pengukuran variabel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala “*likert scale*”, yaitu berupa skala pengukuran dari angka satu (1) sampai dengan angka lima (5). Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yang didapatkan secara langsung dari hasil jawaban atas penyebaran kuesioner secara *online* yang telah diisi oleh para responden. Teknik pengukuran data yang digunakan pada penelitian ini dilakukan melalui bantuan program SmartPLS 3.0. Setelah dilakukan proses pengukuran data dari hasil pengisian kuesioner oleh para responden, maka diperoleh hasil pengujian hipotesis yaitu sebagai berikut: *service quality* tidak berpengaruh positif terhadap *online buying intention* pada situs belanja “*Shopee*”, *past experience* berpengaruh positif terhadap *online buying intention* pada situs belanja “*Shopee*”, dan *price* berpengaruh positif terhadap *online buying intention* pada situs belanja “*Shopee*”.

Referensi: 47

Kata kunci: *Service Quality*, *Past Experience*, *Price*, *Online Buying Intention*, *Bisnis Online*.