

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
BERBELANJA SECARA ONLINE MELALUI BRAND E-  
COMMERCE (STUDI KASUS TERHADAP MAHASISWA  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA)**

**Nama** : Maria Irene Aurelia Teti  
**NIM** : 172400007  
**Dosen Pembimbing** : Artanti Indrasetianingsih, S.Si.,M.Si

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi saat ini menyebabkan industri perdagangan elektronik atau *e-commerce* semakin berkembang pesat sehingga setiap perusahaan *e-commerce* perlu mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian online melalui brand *e-commerce*. Oleh karena itu pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan berbelanja *online*. Peubah respon pada penelitian ini adalah *brand* perusahan *e-commerce* yang paling sering dipilih oleh pelanggan mahasiswa untuk belanja *online* yaitu Shopee, Tokopedia dan Lazada dengan menerapkan regresi logistik multinomial. Instrumen pengumpulan data adalah angket dengan responden sebanyak 100 mahasiswa aktif Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Strata-1 yang pernah belanja secara online pada salah satu toko *online* tersebut yang dilakukan oleh diri sendiri. Pendugaan parameter dilakukan dengan metode Kemungkinan Maksimum dengan pengujian parameter secara serentak menggunakan uji *G* dan secara parsial menggunakan uji *Wald*. Serta menggunakan metode backward untuk menentukan model terbaik dengan hasil yang diperoleh variabel prediktor yang berpengaruh signifikan terhadap variabel respon adalah Promosi ( $X_3$ ) dan Distribusi ( $X_4$ )

**Kata Kunci :** *E-commerce*, Belanja Online, Regresi Logistik Multinomial

**FACTORS AFFECTING THE DECISION TO SHOPPING  
ONLINE THROUGH BRAND E-COMMERCE (CASE STUDY  
OF PGRI ADI BUANA UNIVERSITY STUDENTS SURABAYA)**

Nama : Maria Irene Aurelia Teti  
NIM : 172400007  
Dosen Pembimbing : Artanti Indrasetianingsih, S.Si.,M.Si

**ABSTRACT**

*Current technological developments cause the electronic commerce or e-commerce industry to grow rapidly so that every e-commerce company needs to know the factors that influence a person's decision to make an online purchase through an e-commerce brand. Therefore, this study aims to analyze the factors that influence online shopping decisions. The response variable in this study is the brand of e-commerce companies that are most often chosen by student customers for online shopping, namely Shopee, Tokopedia and Lazada by applying multinomial logistic regression. The data collection instrument was a questionnaire with 100 active students at the University of PGRI Adi Buana Surabaya Strata-1 who had shopped online at one of these online stores by themselves. Parameter estimation was carried out using the Maximum Likelihood method by simultaneously testing the parameters using the G test and partially using the Wald test. And using the backward method to determine the best model with the results obtained that the predictor variables that have a significant effect on the response variable are Promotion (X3) and Distribution (X4).*

**Keywords:** *E-commerce, Online Shopping, Multinomial Logistics Regression*