

ABSTRAK

MUHAMMAD NUR SOFA, 021118314. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Fitur ShopeeFood (Studi Pada Masyarakat Kota Bogor). Di bawah bimbingan, HARI MUHARAM dan DONI WIHARTIKA. 2023

ShopeeFood merupakan sebuah fitur layanan yang disediakan oleh perusahaan Shopee yang melayani jasa pesan antar makanan secara *online* di Indonesia. ShopeeFood memulai operasional pada bulan April tahun 2020. Layanan pesan antar ShopeeFood dalam kepopuleran dan direkomendasikan masyarakat sangat rendah dibanding dengan pesaingnya yang lain, dibuktikan dengan persentase kepopuleran dan direkomendasikan pada data sekunder yang diambil.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan responden masyarakat Kota Bogor. Pemilihan responden menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik *non-probability sampling* dengan total 100 responden berdasarkan perhitungan rumus *slovin*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan wawancara dan metode analisis menggunakan analisis deskriptif dan tabulasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya memperoleh nilai hasil rata-rata sebesar 65%, faktor sosial memperoleh nilai hasil rata-rata sebesar 62,5%, faktor pribadi memperoleh nilai hasil rata-rata sebesar 63%, faktor psikologis memperoleh nilai hasil rata-rata sebesar 67,3% dan variabel keputusan pembelian memperoleh nilai hasil rata-rata sebesar 77,6%.

Kata kunci: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, keputusan pembelian