

ABSTRAK

**PENGARUH BIAYA TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA *ONLINE*
MAHASISWA PROGRAM STUDI EKONOMI ANGKATAN 2017-2018
UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA**

Chrystine Mellalyana Collins

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2021

Penelitian ini berfokus untuk menguji pengaruh biaya transaksi terhadap keputusan pembelian secara online. Persepsi biaya pengiriman dipilih sebagai variabel utama dalam biaya transaksi pada penelitian ini. Hal ini dinyatakan karena persepsi biaya pengiriman belum digunakan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Persepsi terhadap biaya mencari informasi dan kepercayaan yang telah digunakan sebelumnya, namun penelitian ini perlu dikaji ulang.

Penelitian ini memilih mahasiswa program studi ekonomi dimana peneliti belajar sebagai responden. Dengan melakukan berbagai uji asumsi klasik, data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi biaya pengiriman tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online. Selain itu, biaya pencarian informasi dan kepercayaan ditemukan sejalan dengan penelitian sebelumnya. Persepsi biaya mencari informasi tidak berpengaruh terhadap keputusan mereka, sedangkan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan. Artinya mahasiswa merupakan pembeli online yang memiliki persepsi penuh terhadap marketplace yang mereka gunakan. Oleh karena itu, penyedia marketplace harus lebih mampu memanfaatkan mahasiswa untuk ekspansi bisnis online.

Kata Kunci : Biaya Transaksi, Biaya Pencarian Informasi, Kepercayaan, Biaya Pengiriman, Keputusan Belanja Online.

ABSTRACT

THE EFFECT OF TRANSACTION COSTS ON ONLINE SHOPPING DECISIONS OF STUDENTS OF ECONOMIC STUDY PROGRAM FOR THE 2017-2018 CLASS OF SANATA DHARMA UNIVERSITY

Chrystine Mellalyana Collins

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2021

This study focuses on examining the effect of transaction costs on online purchasing decisions. Perception of shipping costs was chosen as the main variable in transaction costs in this study. This is stated because the perception of shipping costs has not been used in previous studies. Perceptions of the cost of finding information and trust that have been used previously, but this research still needs to be reviewed.

This study selected students in the economics study program where the researcher studied as respondents. By performing various classical assumption tests, the data obtained were analyzed using multiple regression analysis.

The results of the study show that the perception of shipping costs has no effect on online purchasing decisions. In addition, information seeking costs and trust were found to be in line with previous studies. The perception of the cost of seeking information has no effect on their decision, while the perception of trust has a positive effect on the decision. This means that students are online buyers who have a full perception of the marketplace they use. Therefore, marketplace providers must be better able to utilize students for online business expansion.

Keywords: *Transaction Costs, Information Search Costs, Trust, Shipping Costs, Online Shopping Decisions.*