

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to know the perception and behavior of online shoppers purchasing after shopping using application at Shopee and To know the overall convenience relationship of Shopee to behavioral intention in Surabaya. The target population used in this study were all people living in Surabaya, who became the users of Shopee's online shopping app. In the meantime, there are several ways you can make apps, at least a senior high school education, and shop twice 2 times in the last 3 months.*

*The measurement meter used in this study is the interval of the level. The interval level is the level of measurement that has the same distance with each other and the difference is clear on the scale. Questionnaires distributed to responden using closed (closed questions), ie respondents' answers have been limited by alternative answers. Sampling technique used is sampling non probability sampling convenience sampling.*

*The method used in this research is using validity test, reliability test, descriptive statistic, fit model of measurement test, validity and reliability test on measurement model, second order overall convenience model, structural equation modeling (SEM). This research uses the help of data processing program with software SPSS 18.0 for windows and AMOS 22. The result of this research indicate the influence of overall service convenience online shopping to behavioral intention in Shopee.*

*Keywords: online shopping, service convenience, behavioral intention.*

## INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi dan perilaku pembelian *online shoppers* setelah berbelanja menggunakan aplikasi pada Shopee dan untuk mengetahui hubungan *overall convenience* Shopee terhadap *behavior intention* di Surabaya. Target populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua orang yang tinggal di Surabaya, yang menjadi pengguna aplikasi belanja online Shopee. Sedangkan karakteristik populasi adalah pria atau wanita, tertarik berbelanja menggunakan aplikasi, minimal pendidikan terakhir SMA, dan pernah berbelanja menggunakan Shopee sebanyak 2 kali dalam 3 bulan terakhir.

Aras pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah aras interval. Aras interval adalah aras pengukuran yang memiliki jarak yang sama satu dengan yang lain dan selisih yang jelas pada skala. Kuesioner yang dibagikan kepada responden bersifat tertutup (*close ended question*), yaitu jawaban responden telah dibatasi dengan menyediakan alternatif jawaban. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling yaitu *convenience sampling*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini antara lain menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, statistic deskriptif, uji kecocokan model pengukuran, uji validitas dan reliabilitas pada model pengukuran, *second order overall convenience model*, *structural equation modeling* (SEM). Penelitian ini menggunakan bantuan program pengolahan data dengan software SPSS 18.0 *for windows* dan AMOS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *overall service convenience* online shopping terhadap *behavioral intention* dalam Shopee.

Kata Kunci : kenyamanan layanan, perilaku pembelian, pembelanjaan secara virtual.