UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pembelian E-Commerce (Studi Pada Gen Z di Yogyakarta)
Muhammad Fardan Arrizieq, Hardo Basuki, Dr., M.Soc.Sc., CSA., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian *e-commerce* dengan mengintegrasikan konsep kerentanan konsumen dan persepsi kontrol perilaku. Secara lebih spesifik, penelitian ini menguji pengaruh dari kurangnya pengetahuan (*lack of knowledge*), kurangnya keterampilan (*lack of skills*), ketidakpastian (*uncertainty*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) terhadap perilaku pembelian *e-commerce* (*purchase behaviour*).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Responden yang diambil dalam penelitian ini merupakan masyarakat kelompok Generasi Z yang saat ini berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan pernah melakukan transaksi pembelian menggunakan *platform e-commerce.* Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan terkumpul sebanyak 162 responden yang sesuai dengan kriteria. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dan *Partial Least Square* (PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kurangnya pengetahuan, kurangnya keterampilan, dan ketidakpastian terbukti berpengaruh negatif secara signifikan terhadap perilaku pembelian *e-commerce.* Sebaliknya, persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku pembelian *e-commerce.* Berdasarkan analisis yang dilakukan, persepsi kontrol perilaku menjadi

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pembelian E-Commerce (Studi Pada Gen Z di Yogyakarta)
Muhammad Fardan Arrizieq, Hardo Basuki, Dr., M.Soc.Sc., CSA., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

faktor terbesar yang menjadi penentu apakah konsumen memutuskan untuk melakukan aksi pembelian atau tidak.

Kata kunci: *e-commerce,* persepsi kontrol perilaku, perilaku pembelian, kerentanan konsumen, ketidakpastian.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pembelian E-Commerce (Studi Pada Gen Z di Yogyakarta)
Muhammad Fardan Arrizieq, Hardo Basuki, Dr., M.Soc.Sc., CSA., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This research aims to analyze the factors influencing e-commerce purchase behaviour by integrating the concepts of consumer vulnerability and perceived behavioral control. More specifically, this research examines the effect of lack of knowledge, lack of skills, uncertainty, and perceived behavioral control on e-commerce purchase behavior.

The method used in this research is a quantitative approach. The respondents in this research are Generation Z individuals currently residing in the Daerah Istimewa Yogyakarta who have made purchasing transactions using e-commerce platforms. The sample was taken using a purposive sampling technique, and a total of 162 respondents who met the criteria were collected. Hypothesis in this research was conducted using the Structural Equation Modeling (SEM) and Partial Least Square (PLS) analysis methods through the SmartPLS software.

The result of this research indicate that lack of knowledge, lack of skills, and uncertainty are proven to have a significant negative effect on e-commerce purchase behavior. Conversely, perceived behavioral control has a significant positive effect on e-commerce purchase behavior. Based on the analysis conducted, perceived behavioral control is the biggest factor determining whether consumers decided to make a purchasing action or not.

Keywords: *e-commerce, perceived behavioral control, consumer vulnerability, uncertainty.*