

## INTISARI

Belanja *online* saat ini tengah menjadi *trend* di masyarakat Indonesia terutama dikalangan milenial khususnya mahasiswa. Angka belanja *online* yang terus meningkat setiap tahunnya memberikan dampak yang baik bagi perekonomian masyarakat. Adanya pandemi Covid-19 membuat masyarakat lebih berhati-hati dalam segala aktivitasnya, termasuk dalam berbelanja barang kebutuhan. Keputusan masyarakat dalam berbelanja *online* dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kemudahan, harga, promosi & diskon, dan kualitas informasi. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pengaruh faktor kemudahan terhadap keputusan belanja *online* pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta di masa pandemi Covid-19 (2) menganalisis pengaruh faktor harga terhadap keputusan belanja *online* pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta di masa pandemi Covid-19 (3) menganalisis pengaruh faktor promosi & diskon terhadap keputusan belanja *online* pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta di masa pandemi Covid-19 (4) menganalisis pengaruh faktor kualitas informasi terhadap keputusan belanja *online* pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta di masa pandemi Covid-19 (5) menganalisis pengaruh faktor kemudahan, harga, promosi & diskon, dan Kualitas Informasi secara bersamaan terhadap keputusan belanja *online* pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta di masa pandemi Covid-19.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil kuisisioner yang dibagikan secara *online*. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan uji analisis faktor, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F, uji koefisien determinasi, serta uji asumsi klasik.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan belanja *online* pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta di masa pandemi Covid-19 (2) variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan belanja *online* pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta di masa pandemi Covid-19 (3) variabel promosi & diskon berpengaruh positif terhadap keputusan belanja *online* pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta di masa pandemi Covid-19 (4) variabel kualitas informasi berpengaruh positif terhadap keputusan belanja *online* pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta di masa pandemi Covid-19 (5) variabel kemudahan, harga, promosi & diskon, dan kualitas informasi secara bersamaan berpengaruh positif terhadap keputusan belanja *online* pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta di masa pandemi Covid-19.

Kata Kunci : *Keputusan Belanja Online, Kemudahan, Harga, Promosi & Diskon, Kualitas Informasi, Covid-19*