

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEMBAKO SECARA *ONLINE* MELALUI *E-COMMERCE*  
IPANGANANDOTCOM**

Nur Mumtahana

NIM 190710183

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email : [mumtahana01@gmail.com](mailto:mumtahana01@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini disusun dengan tujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian sembako secara *online* melalui *e-commerce* iPangananDotCom. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode uji korelasional. Jumlah sampel yang digunakan adalah sejumlah 100 sampel dan teknik sampling yang digunakan adalah *random sampling*. Data primer yang diperoleh melalui angket kuesioner diolah menggunakan aplikasi *SPSS Versi 26*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi konsumen memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sembako secara *online* melalui *e-commerce* iPangananDotCom sebesar 61,80%.

Kata kunci : motivasi konsumen, keputusan pembelian, transaksi *online*, iPangananDotCom

***THE INFLUENCE OF CONSUMER MOTIVATION ON ONLINE GROCERY  
PURCHASING DECISIONS VIA E-COMMERCE IPANGANANDOTCOM***

Nur Mumtahana

NIM 190710183

*Communication Sciences Study Programm*

*Faculty of Communication Science and Multimedia*

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email : [mumtahana01@gmail.com](mailto:mumtahana01@gmail.com)

**ABSTRAK**

*This research was prepared with the aim of determining the level of effectiveness of the influence of consumer motivation on online grocery purchasing decisions through iPangananDotCom e-commerce. This research is quantitative research with a correlational test method. The number of samples used was 100 samples and the sampling technique used was random sampling. Primary data obtained through a questionnaire was processed using the SPSS Version 26 application. The research results showed that consumer motivation had an influence on online grocery purchasing decisions through iPangananDotCom e-commerce by 61.80%.*

*Keyword : consumer motivation, purchasing decisions, online transaction, iPangananDotCom*