

## ABSTRAK

**Vega Feranika, NIM :1620310146, Jurusan Manajemen Bisnis Syari`ah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Judul : Persepsi Mahasiswa dalam berbelanja Online Melalui Marketplace Shopee ( Study Kasus Mahasiswa Program study Manajemen Bisnis Syari`ah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Institue Agama Islam Negeri Kudus Angkatan 2016).**

Secara umum kegiatan berbelanja merupakan kegiatan yang sering di lakukan oleh semua kalang khususnya kalangan remaja atau kalangan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan mahasiswa berbelanja melalui marketplace shopee serta mengetahui dampak adanya persepsi bagi mahasiswa dalam kegiatan berbelanja online melalui marketplace shopee.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research*, dengan pedekatan kualitatif, sumber data yang digunakan sumber data primer dan sekunder, serta teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang di peroleh dari informasi terkait dengan permasalahan penelitian, penelitian ini mengguakan objek penelitian di aplikasi *marketplace Shopee*.

Hasil dari penelitian ini adalah *Pertama*, mahasiswa MBS berbelanja online melalui aplikasi shopee karena mahasiswa tersebut sudah loyal terhadap produk maupun pelayanan yang telah di berikan oleh beberapa toko yang ada di shopee. Selain itu, banyaknya promosi yang ada di aplikasi shopee dan produk yang ada di shopee memiliki harga dan kualitas yang di inginkan mahasiswa. *Kedua*, sebagian mahasiswa yang menggunakan aplikasi shopee karena terpengaruh oleh promosi ataupun terpengaruh dengan penilaian – penilaian yang di berikan oleh konsumen terdahulu. Sehingga mahasiswa terpengaruh oleh adanya suatu pesepsi. Persepsi yang di maksud promosi dan penilaian konsumen, yang dapat menggoyahkan konsumen untuk mengambil keputusan dalam membeli produk yang di inginkan.

***Kata Kunci*** :*persepsi konsumen, pengambilan keputusan dalam berbelanja online di shopee*