

ABSTRAK

Verdriyan Halim , Analisis pengaruh Harga, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap minat beli secara online (Studi kasus pada konsumen Lazada di daerah duri kepa, Jakarta Barat). (dibimbing oleh Abdurrahman).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat beli secara online di Lazada pada konsumen Lazada di daerah Duri Kepa, Jakarta Barat. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari harga, kemudahan, dan kepercayaan, sedangkan variabel dependen adalah minat beli.

Penelitian ini merupakan penelitian survei,. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengetahui dan menggunakan situs Lazada. pengambilan sampel menggunakan metode Non Probability sampling dan dengan rumus hair sebanyak 130 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1. Harga tidak berpengaruh positif terhadap minat beli online di Lazada, 2. Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat beli online di Lazada, 3. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat beli online di Lazada, 4. Harga, Kemudahan, dan Kepercayaan secara bersamaan berpengaruh positif terhadap minat beli secara online di Lazada, 5. Kepercayaan merupakan variabel yang paling dominan terhadap minat beli dibandingkan dengan variabel independen lainnya dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Kemudahan, Kepercayaan, dan Minat Beli

ABSTRACT

Verdriyan Halim, *The Analysis of Price, Convenience and Trust on the Purchase Interest via online (Case study : Lazada consumers in Duri Kepa, West Jakarta).* (Supervised by : Abdurrahman)

This study aims to determine the effect of price, convenience, and trust on online purchase interest in Lazada to Lazada consumers in the area of duri kepa, West Jakarta. In this study the independent variables consist of price, convenience, and trustworthiness, while the dependent variable is purchase interest.

This research is a survey research, the population in this study are all consumers who know and use the Lazada site. sampling using Non Probability sampling method and with hair formula as many as 130 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression.

The findings show that: 1. Price has no positive effect on online Purchase interest in Lazada, 2. Convenience has a positive effect on online Purchase interest in Lazada, 3. Believing positively affects on online Purchase interest in Lazada, 4. Price, Convenience and Trust simultaneously positively affects online Purchase interest in Lazada, 5. Trust is the most dominant variable of Purchase interest compared with other independent variables in this study.

Key Word : Price, Convenience, Trust, and Purchase Interest