

## ABSTRAK

**Yunira Balqis, Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan dan *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* Terhadap Minat Beli Online (Studi Kasus Pada Konsumen *E-Commerce* Shopee di Wilayah Jakarta Barat). Dibimbing oleh Prof. Dr. Benny Gunawan, M.Sc.**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh harga, kemudahan penggunaan dan *electronic word of mouth (ewom)* terhadap minat beli konsumen *e-commerce* Shopee di Wilayah Jakarta Barat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikuantitatifkan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner berbentuk angket maupun *e-form*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, *electronic word of mouth (ewom)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Selain itu juga harga, kemudahan penggunaan dan *electronic word of mouth (ewom)* terhadap minat beli secara bersama-sama juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

**Kata Kunci:** Harga, Kemudahan Penggunaan dan *Electronic Word Of Mouth (EWOM)*

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of price, ease of use and electronic word of mouth (ewom) on consumer purchase interest in Shopee's e-commerce in West Jakarta. The research method used in this study using multiple linear regression analysis. The type of data used in this research is quantitative qualitative data. The sample in this study amounted to 100 respondents using purposive sampling technique. The data collection method uses a questionnaire in the form of a questionnaire and e-form. The results showed that the price had a positive and significant effect on buying interest, ease of use had a positive and significant effect on buying interest, electronic word of mouth (ewom) had a positive and significant effect on buying interest. In addition, price, ease of use and electronic word of mouth (ewom) on buying interest together also have a positive and significant effect on buying interest.*

**Keywords: Price, Ease of Use and Electronic Word Of Mouth (EWOM)**