

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BELANJA *ONLINE* DI MASA PANDEMI PADA MAHASISWA EKONOMI PEMBANGUNAN ANGKATAN 2019 UNIVERSITAS SILIWANGI

Oleh :

Aqmar Amazida Sadat

Pembimbing :

Aso Sukarso

Jumri

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari harga, kepercayaan, sistem aplikasi, pendapatan, dan kualitas produk secara parsial dan secara bersama-sama terhadap permintaan belanja *online*. Metode yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: secara parsial harga, kepercayaan, sistem aplikasi, dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan belanja *online*, sedangkan kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan belanja *online*. Secara bersama-sama harga, kepercayaan, sistem aplikasi, pendapatan, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap permintaan belanja *online*.

Kata kunci: permintaan belanja *online*, harga, kepercayaan, sistem aplikasi, pendapatan, dan kualitas produk.