

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA *ONLINE SHOP* (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan 2018-2021)

Oleh:
Popie Nuroktaviani
NPM. 183401079

Pembimbing:
Apip Supriadi
Encang Kadarisman

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (a) Kondisi harga, promosi, kemudahan, kepercayaan, dan minat beli konsumen pada *online shop* di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi. (b) Pengaruh harga, promosi, kemudahan, dan kepercayaan secara parsial terhadap minat beli konsumen pada *online shop* di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi. (c) pengaruh harga, promosi, kemudahan, dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen pada *online shop* di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi. Penelitian ini menggunakan sampel 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan (a) kondisi harga, promosi, kepercayaan dan minat beli konsumen pada *online shop* di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi dalam kategori baik, sedangkan untuk kondisi kemudahan dalam kategori sangat baik. (b) Secara parsial harga, kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada *online shop* di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, sedangkan promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen pada *online shop*. (c) Secara bersama-sama harga, promosi, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada *online shop* di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.

Kata Kunci: harga, promosi, kemudahan, kepercayaan dan minat beli konsumen.