

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS *WEBSITE*, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI PADA SITUS LAZADA.CO.ID (Survei pada Mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta)

EKA SRI RAHAYU
141170043

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
(ekasrir18@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, kualitas *website*, dan kepercayaan terhadap minat beli mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta pada situs Lazada.co.id. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria yang pernah mengunjungi situs Lazada.co.id dan berusia minimal 18 tahun dengan jumlah 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert dan telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F pada uji secara bersama – sama dan uji t pada uji secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel promosi, kualitas *website*, dan kepercayaan secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Sedangkan, ketiga variabel independen yang terdiri dari promosi, kualitas *website*, dan kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : promosi, kualitas *website*, dan kepercayaan, minat beli, situs Lazada.co.id