

**PENGARUH TAMPILAN WEB DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP**

Rochlia Enti Nur Amalia

NIM 141210036

Email : 141210036@student.upnyk.ac.id

Pembimbing

Dra. Sri Kussujaniatun, M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tampilan web dan harga terhadap minat beli pengguna *e-commerce* TikTok Shop dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Populasi penelitian ini adalah pengguna media sosial TikTok di Yogyakarta, dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner online. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tampilan web berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap minat beli, sedangkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Selain itu, tampilan web dan harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, serta memediasi secara signifikan hubungan antara tampilan web dan harga terhadap minat beli.

Kata Kunci : Kepercayaan; Tampilan web; Harga; Minat beli; TikTok Shop.