

**PENGARUH HARGA, ULASAN PRODUK,
KEMUDAHAN AKSES, PENGALAMAN
BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DISITUS
JUAL BELI ONLINE BUKALAPAK.COM
(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Lamongan)**

Faisol¹

¹ Prodi Management, Universitas Islam Lamongan,
E-mail : faysolwuiz@gmail.com

Website:

<https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma>

Abstrak

Penelitian ini dibuat bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan akses, pengalaman berbelanja dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen toko *online* bukalapak.com dan menganalisis variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat berbelanja konsumen di toko *online* bukalapak.com.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, Populasi dipenelitian ini adalah mahasiswa universitas islam lamonagan fakultas ekonomi angkatan 2016 yang pernah melakukan belanja *online* di bukalapak.com, sampel yang diambil sebanyak 80 responden dari populasi sebanyak 392 mahasiswa dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara *Sampling Purposive*. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa harga, ulasan produk, kemudahan akses, dan kepercayaan konsumen memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli dan pengalaman berbelanja tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci :

Harga, Ulasan produk,
Kemudahan akses,
Pengalaman berbelanja,
Kepercayaan konsumen,
Minat beli.

DAFTAR PUSTAKA

- Annafik,A.Faikar. (2012) *“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha”*.Skripsi. Semarang: Unuversitas Diponegoro.
- Hildaria,Helena. (2017) *“Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Belanja Online Dikalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta”*.Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Prasetyo,E.Suryo. (2019) *“Pengaruh Kemudahan Akses, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Sutus Jual Beli Online Shopee.Com”*.Skripsi. Lamongan: Universitas Islam Lamingan.
- Firmansyah, Gugus. (2018) *“Pengaruh Harga, Reputasi Vendor, dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia.Com”*. Jurnal. Kebumen: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Putra Bangsa.
- Anwar,Rosian dan Adidarma,wijaya. (2016) *“Pengaruh kepercayaan dan resiko pada minat belanja online”*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol. 14 No. 2.
- Sugiyono,(2013). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan (R&D)*. Alfabeta Bandung.