**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:**  |  | **Abstrak**  |
| https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma **Kata Kunci :**Harga, Ulasan produk, Kemudahan akses, Pengalaman berbelanja, Kepercayaan konsumen, Minat beli. |  | 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 mahasisawa dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara *Sampling Purposive*. Berdasarkan uji t menunjukan 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. |

**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) *“Pengaruah 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.