

## ABSTRAK

**Diah Prastika** NPM. 18610029 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Tampilan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Melalui Promosi di Tiktok (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I FEB UM Metro) Pembimbing (1) H. Suwanto, S.E.,M.M. (2) H. Suryadi, S.E.,M.M

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya penggunaan internet di Indonesia, dimanfaatkan oleh banyak orang sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. Hal ini terlihat dari banyaknya toko online yang bermunculan di media sosial yang diyakini efektif sebagai media mempromosikan produk, salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat adalah Tiktok. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen, kualitas tampilan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini diuji menggunakan perhitungan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS20.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka, dan didalam penelitian ini mempunyai responden sebanyak 68 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Variabel kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. 2) Variabel kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. 3) Variabel kualitas tampilan berpengaruh negative terhadap keputusan pembelian. 4) Variabel kualitas informasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. 5) Variabel kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen, kualitas informasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel kualitas tampilan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Kemudahan Penggunaan aplikasi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Tampilan, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian.