

ABSTRAK

Lilis Asmara. 2023. "Analisis Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Online Shop "Rp" Shop Kota Metro). Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr. Bambang Suhada, M.Si. Pembimbing (II) Fitriani, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kepercayaan Konsumen, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Minat Beli. Digunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini, yaitu pendekatan yang datanya berbentuk angka atau kualitatif yang diangka-angkakan. Populasi dalam penelitian ini adalah followers aktif instagram Rpshop Kota Metro. Pengambilan jumlah sampel penelitian minimal yaitu dengan mengalikan indikator dengan angka 5 sampai dengan 10, maka indikator dalam variabel yang ada adalah sebanyak 16 dikalikan dengan angka 5, yaitu sebanyak 80 responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji homogenitas dan Analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.0. Kepercayaan Konsumen, Persepsi manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaa memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pada Rp Shop Kota Metro

Kata Kunci : Kepercayaan Konsumen, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Minat Beli