

ABSTRAK

Munculnya teknologi *internet* membuat kegiatan perdagangan mengalami perkembangan. Banyak pelaku bisnis yang menggunakan *internet* untuk melakukan perdagangannya, bisnis baru yang muncul adalah perdagangan elektronik (*e-commerce*). Salah satu *e-commerce* yang banyak bermunculan saat ini adalah *consumer-to-consumer e-commerce*, pelaku bisnis membuat sebuah perusahaan baru berbasis *C2C e-commerce* yang disebut dengan situs jual beli *online*. Dengan adanya situs jual beli *online*, konsumen tidak perlu lagi datang ke toko konvensional untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli konsumen disitus jual beli online bukalapak.com.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, pengalaman berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut terhadap minat beli konsumen berbelanja *online* di situs Bukalapak.com

Kata kunci : Kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja, minat beli konsumen

ABSTRACT

The arise of internet technology makes trading activities progressing. Many business people use the internet to trade, the new emerging business is an electronic commerce (e-commerce). One of the many emerging e-commerce today is a consumer-to-consumer, business create a new C2C based e-commerce company called online buying and selling website. With the shopping website, consumer no longer need to come conventional stores for the product they want. The purpose in this research is to know how the influence of ease use and shopping experience on consumer buying interest in online selling bukalapak.com website.

The results of this study indicate that ease of use has a positive and significant effect on buying interest, shopping experience has a positive and significant effect on buying interest. The results of determination test of the two variables are on buying interest consumers onlne shopping on the site Bukalapak.com

Keyword : Ease of use, shopping experience, and consumer interests buy.