

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap minat beli *online* Tokopedia. Metode analisis data pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Jakarta yang belum pernah menggunakan dan membeli di Tokopedia. Jumlah sampel dari penelitian ini adalah 120 orang dan metode penarikan sampel menggunakan *non probability sampling* dan *purposive sampling*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation model* (SEM) dengan alat analisis *smart pls 3.0*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa persepsi harga, Kualitas Produk, Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Tokopedia

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Minat Beli



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of price perception, product quality and trust on online buying interest in Tokopedia. The data analysis method in this research is quantitative. The population in this study are Jakarta residents who have never used or purchased from Tokopedia. The number of samples from this research was 120 people and the sampling method used non-probability sampling and purposive sampling. The approach used in this research is the Structural Equation Model (SEM) with the Smart PLS 3.0 analysis tool. The results of this research prove that price perception, Product quality, Trust has a significant effect on Tokopedia consumers' buying interest.

Keyword: Price Perception, Product Quality, Purchase Interest

