

ABSTRACT

This research aims to know the influence of ,ease of uses, customer satisfaction, consumer confidence in purchase interest in Bukalapak.com.

The object of this research is a consumer that is Bukalapak.com Student Faculty of Economics and Business Management Department S1 Force 2013, which is still active in the region Mercu Buana University Meruya - West Jakarta. This research was done to 165 respondents by using quantitative-descriptive approach. Thus, data analysis which is used is a Microsoft Excel 2007 and LISREL 8.8.

These results of this research shows that the ease of uses significantly influence purchasing interest, customer satisfaction significantly influence purchasing interest and consumer confidence significantly influence purchasing interest.

Keywords: Ease of Uses, Customer Satisfaction, Purchase Interest



ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap minat pembelian di situs jual beli online Bukalapak.com.

Objek penelitian ini adalah konsumen Bukalapak.com yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen S1 Angkatan 2013 yang masih aktif Universitas Mercu Buana di Wilayah Meruya - Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan terhadap 165 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah *Microsoft Excel 2007* dan LISREL8.8.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian.

Kata kunci : Kemudahan, Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen, Minat Pembelian

