

ABSTRAK

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA *E-COMMERCE* TIKTOK
DENGAN FITUR TIKTOK SHOP**

Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Fataya Halawa
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh secara simultan harga, promosi dan kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Tiktok, (2) pengaruh secara parsial harga terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Tiktok, (3) pengaruh secara parsial promosi terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Tiktok, (4) pengaruh secara parsial kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Tiktok. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta pengguna *e-commerce* Tiktok. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan aplikasi SPSS 29.0 for windows. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) harga, promosi dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Tiktok, (2) harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Tiktok, (3) promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Tiktok, (4) kemudahan penggunaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Tiktok.

Kata kunci: Harga, Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION, AND EASE OF USE ON
REPURCHASE INTEREST IN TIKTOK E-COMMERCE WITH
TIKTOKSHOP FEATURE***

A Study At Sanata Dharma University Students

Fataya Halawa
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

This research aims to determine (1) the simultaneous effect of price, promotion and ease of use on repurchase interest in TikTok e-commerce, (2) the partial effect of price on repurchase interest in TikTok e-commerce, (3) the partial effect of promotion on repurchase interest in TikTok e-commerce, (4) the partial effect of ease of use on repurchase interest in TikTok e-commerce. This research was conducted in February 2023. The population in this study was students at Sanata Dharma University Yogyakarta who use TikTok e-commerce. Respondents in this study were 100 students with a sampling technique of purposive sampling. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis, using SPSS 29.0 for windows application. The result of this study indicate that: (1) Price, Promotion and Ease of Use simultaneous have effect on repurchase interest in TikTok e-commerce, (2) Price partially has effect on repurchase interest in TikTok e-commerce, (3) Promotion partially has effect on repurchase interest in TikTok e-commerce, (4) Ease of Use does not influence repurchase interest in TikTok e-commerce.

Keywords: Price, Promotion, Ease of Use, Repurchase Interest.