

ABSTRAK

**PENGARUH HARGA, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA SHOPEE MALL**

Valensia Febriani
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh harga, *online customer review*, dan kemudahan penggunaan secara simultan terhadap minat beli ulang pada *Shopee Mall*, 2) pengaruh harga secara parsial terhadap minat beli ulang pada *Shopee Mall*, 3) pengaruh *online customer review* secara parsial terhadap minat beli ulang pada *Shopee Mall*, 4) pengaruh kemudahan penggunaan secara parsial terhadap minat beli ulang pada *Shopee Mall*. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna *online Shopee Mall* di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, data yang diperoleh menggunakan kuesioner pada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program aplikasi *SPSS statistics 23*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) harga, *online customer review*, dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *Shopee Mall*, 2) harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *Shopee Mall*, 3) *online customer review* secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *Shopee Mall*, 4) kemudahan penggunaan secara parsial terhadap minat beli ulang pada *Shopee Mall*.

Kata kunci: harga, *online customer review*, kemudahan penggunaan, minat beli ulang.

ABSTRAK

**THE INFLUENCE OF PRICE, ONLINE CUSTOMER REVIEW, AND
EASE OF USE ON REPURCHASE INTENTION AT SHOPEE MALL**

Valensia Febriani
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2024

This research aims to determine: 1) the simultaneous influence of price, online customer reviews, and ease of use on repurchase intention, 2) the partial influence of price on repurchase intention at Shopee Mall, 3) the partial influence of online customer reviews on repurchase intention at Shopee Mall, 4) Partial influence of ease of use on repurchase intention at Shopee Mall. The population in this study was online users of Shopee Mall in Yogyakarta. The sampling technique used purposive sampling, data were obtained using questionnaire from 100 respondents. The data analysis techniques used are descriptive, classical assumption analysis tests, and multiple linear regression analysis using the SPSS statistics 23 application program. The results of the research show that: 1) price, online customer reviews, and ease of use. simultaneously influence repurchase intention at Shopee Mall, 2) price partially influences repurchase intention at Shopee Mall, 3) online customer reviews partially influences repurchase intention at Shopee Mall, 4) ease of use partially influences repurchase intention t at Shopee Mall.

Keywords: price, online customer reviews, ease of use, repurchase intention.