

ABSTRAK

**PENGARUH PERSEPSI ATAS KEMUDAHAN,  
KEPERCAYAAN, KEAMANAN DAN PERSEPSI  
RESIKO TERHADAP MINAT BELI PADA  
E-COMMERCE TIKTOK SHOP**

(Studi pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta)

Sonya Claudia Sia Sale

NIM: 182114150

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta 2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan, dan persepsi resiko berpengaruh terhadap minat beli menggunakan *e-commerce TikTok Shop*. *TikTok Shop* merupakan *e-commerce* yang paling populer dikalangan mahasiswa karena memiliki banyak keunggulan dibanding *e-commerce* sejenis.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi akuntansi Universitas Sanata Dharma 2018-2022 yang berjumlah 698 mahasiswa. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden yang sudah pernah menggunakan *TikTok Shop*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 108 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, dan keamanan berpengaruh terhadap minat beli pada *e-commerce TikTok Shop*, 3) Keamanan berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa dengan menggunakan *e-commerce TikTok Shop*. Sedangkan kepercayaan dan persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa dengan menggunakan *e-commerce TikTok Shop*.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko, Minat Beli.

**ABSTRACT**

***THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF EASE, TRUST, SECURITY, AND  
PERCEIVED RISK ON PURCHASING INTEREST IN THE  
E-COMMERCE TIKTOK SHOP***

*Study on Accounting Study Program Students at Sanata Dharma University,  
Yogyakarta*

Sonya Claudia Sia Sale  
NIM: 182114150  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta 2023

*This research aims to find out whether perceived convenience, trust security, and perceived risk influence purchase intention using the e-commerce TikTok Shop. TikTok Shop is the most popular e-commerce among students because it has many advantages compared to similar e-commerce.*

*The population in this study were all students of the 2018-2022 accounting study program at Sonata Dharma University, totaling 698 students. Data collection method using questionnaires. The sampling technique in this research used a purposive sampling technique with the criteria being that respondents had previously used Tik Tok Shop. The number of respondents in this study was 108 respondents. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis using the SPSS version 26 application*

*The results of this research show that perceptions of convenience and security influence students buying interest in using the e-commerce TikTok Shop. Meanwhile trust and risk perception have no effect on students buying interest in using the e-commerce TikTok Shop*

*Keywords: Perception of Convenience, Trust, Security, Perception of Risk, Purchase Intention.*