

## ABSTRAK

**Faiqah, Siti. 2024.** *“Pengaruh Harga dan Kemudahan Berbelanja terhadap Minat Beli secara Online pada Pengguna E-Commerce di Desa Prasi, Kecamatan Gading, Kabupaten Probolinggo”*. Skripsi, Prodi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Pembimbing: Moh. Rasidi, M.M.

Kata kunci: Harga, Kemudahan Berbelanja, Minat Beli.

Bagi pengguna *e-commerce*, harga dan kemudahan berbelanja sangat penting dalam proses pembelian. Kedua faktor ini sangat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di Desa Prasi untuk melakukan pembelian melalui situs berbelanja *online* yaitu Shopee antara lain mengenai harga yang ditawarkan lebih terjangkau atau murah dibandingkan toko *offline* dan memudahkan konsumen untuk memperoleh barang tanpa perlu menghabiskan waktu di luar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kemudahan berbelanja terhadap minat beli secara *online* pada pengguna shopee di Desa Prasi.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari literatur seperti jurnal, buku referensi, internet dan lain-lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Desa Prasi dengan jumlah penduduk sebanyak 1.634 jiwa dan sampel yang diperoleh yaitu 94 responden yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) nilai signifikansi pengaruh harga ( $X_1$ ) terhadap minat beli ( $Y$ ) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $T$  hitung  $17,547 > \text{nilai } T \text{ tabel } 1,986$  maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa harga ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ) pada *marketplace* Shopee. (2) nilai signifikansi pengaruh kemudahan berbelanja ( $X_2$ ) terhadap minat beli ( $Y$ ) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $T$  hitung  $16,738 > \text{nilai } T \text{ tabel } 1,986$  maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa kemudahan berbelanja ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ) pada *marketplace* Shopee.