

ABSTRAK

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat saat ini menimbulkan perubahan yang cukup besar terhadap pola perilaku manusia dalam mengakses berbagai informasi maupun dalam upaya pemenuhan kebutuhannya melalui penggunaan fitur layanan elektronik, termasuk internet. Berbagai kemudahan yang ditawarkan dengan memanfaatkan teknologi yang terintegrasi dengan internet, menyebabkan laju pertumbuhan pengguna internet juga semakin meningkat secara drastis tiap tahunnya di dunia, termasuk salah satunya adalah di Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini yaitu mencari dan mengetahui variabel yang mempengaruhi minat mahasiswa melakukan pembelian online melalui shopee di masa pandemi covid-19. Pada penelitian ini, penulis memilih kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi kesesuaian sebagai variabel independen dalam penelitian ini.

Penelitian ini mengambil objek mahasiswa aktif Universitas Padjajaran. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 118 responden yang memenuhi kriteria sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan alat bantu dalam pengelolaan data menggunakan SPSS 26.

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi kesesuaian secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat beli pada mahasiswa aktif Universitas Padjajaran. Secara parsial, kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat beli. Lalu untuk persepsi rasio berpengaruh positif terhadap minat beli pada mahasiswa aktif Universitas Padjajaran. Untuk persepsi kesesuaian berpengaruh positif terhadap minat beli pada mahasiswa aktif Universitas Padjajaran.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk mencoba objek penelitian yang berbeda, menambah periode penelitian, serta menambah variabel lain.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kesesuaian, Minat Beli