

ABSTRAK

Nama : Mahfuza
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Harga Kemudahan Pengguna dan Kepercayaan
Terhadap Minat Beli Konsumen di Platform *E-Commerce* pada
Situs Lazada di Kota Lhokseumawe

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kemudahan pengguna, dan kepercayaan terhadap minat konsumen dalam menggunakan platform *E-Commerce* Lazada di kota Lhokseumawe. Dalam era digital yang semakin berkembang, *E-Commerce* telah menjadi salah satu pilihan utama bagi konsumen untuk melakukan pembelian barang dan jasa. Faktor-faktor seperti harga yang kompetitif, kemudahan dalam penggunaan platform, dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform tersebut menjadi aspek penting yang mempengaruhi minat konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Lazada di kota Lhokseumawe. Sampel penelitian diambil dengan teknik purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel, yaitu harga, kemudahan pengguna, dan kepercayaan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan platform Lazada. Dari ketiga variabel tersebut, harga konsumen terhadap platform memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan dengan variabel lainnya. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks *E-Commerce*, kepercayaan konsumen merupakan faktor kunci yang perlu diperhatikan oleh penyedia platform untuk meningkatkan minat konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa untuk meningkatkan minat konsumen di kota Lhokseumawe, Lazada perlu terus mempertahankan harga yang kompetitif, meningkatkan user experience yang mudah dan nyaman, serta membangun dan memelihara kepercayaan konsumen melalui berbagai strategi yang efektif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan di platform *E-Commerce* Lazada.

Kata Kunci: pengaruh harga, kemudahan pengguna, kepercayaan dan minat beli konsumen