

ABSTRAK

Nama : Vena Mauliza
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Pengguna Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kepercayaan dan keamanan pengguna media sosial instagram sebagai media berbelanja *online* terhadap minat beli konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh, metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive* dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden yang diambil berdasarkan rumus Hair et al. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang diperoleh dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Metode analisis data menggunakan analisis linier berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, karena walaupun suatu aplikasi memberikan kemudahan namun tidak menjamin keamanan konsumen maka konsumen tidak akan menggunakan aplikasi tersebut sebagai sarana berbelanja online. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, karena konsumen percaya melalui media instagram konsumen akan lebih aman dalam menjamin produk yang ditawarkan dan konsumen mengetahui reputasi penjual. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, karena melalui media instagram konsumen dapat melihat produk yang ditawarkan sesuai dan instagram dapat menjaga data pribadi konsumen.

Kata kunci : Minat Beli, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan

