

ABSTRAK

Nama : Isna Apriliza Aisyah
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Social Influence, Import Brand, Trust, Dan Price* Terhadap Minat Beli *Thrift Shop* Pada *Platform E-commerce* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *social influence, import brand, trust* dan *price* terhadap minat beli *thrift shop* pada *platform e-commerce*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan jumlah responden sebanyak 96 orang. Data primer dalam penelitian ini diambil dengan cara angket atau menyebarkan kuesioner, dan data sekunder yang diperoleh dari jurnal dan media internet. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji instrumen (validitas dan reliabilitas), pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 26.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social influence, import brand, trust* dan *price* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli *thrift shop* pada *platform e-commerce*. Secara parsial, masing-masing variabel yaitu *social influence, import brand, trust* dan *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *thrift shop* pada *platform e-commerce*. *Price* merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi minat beli *thrift shop* pada *platform e-commerce*. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,536 yang diperoleh variabel terikat, dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu *social influence, import brand, trust* dan *price* sebesar 53,6% sedangkan sisanya 43,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Kata kunci: *Social Influence, Import Brand, Trust, Price, Minat Beli*

ABSTRACT

Name : Isna Apriliza Aisyah
Study Program : Management
Title : *The Influence of Social Influence, Import Brand, Trust, and Price on Purchase Interest in Thrift Shops on E-commerce Platforms (A Study at the Students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University)*

This research aims to determine and analyse the influence of social influence, import brand, trust, and price on purchase interest in thrift shops on e-commerce platforms. This quantitative study has 96 respondents taken using a probability sampling technique and obtained the data through questionnaires and secondary data from journals and internet sources. The data analysis techniques used are multiple linear regression analysis, classical assumption testing, instrument testing (validity and reliability), hypothesis testing, and the coefficient of determination using the SPSS version 26.0 program. The results of partial tests reveal that social influence, import brand, trust, and price positively and significantly affect purchase interest in thrift shops on e-commerce platforms. Price is the dominant variable influencing purchase interest in thrift shops on e-commerce platforms. The Adjusted R Square value of 0.536 indicates that the dependent variable can be explained by the independent variables (social influence, import brand, trust, and price) by 53.6%, and the remaining 46.4% can be explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *Social Influence, Import Brand, Trust, Price, Purchase Interest*