

ABSTRAK

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
APLIKASI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA E-COMMERCE
LAZADA**

Studi Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Yulius Edister Halawa
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh secara simultan promosi, harga dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Lazada, (2) pengaruh secara parsial promosi terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Lazada, (3) pengaruh secara parsial harga terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Lazada, (4) pengaruh secara parsial kemudahan penggunaan aplikasi terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Lazada. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta pengguna *e-commerce* Lazada. Responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda, dengan menggunakan SPSS

25.0 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) promosi, harga dan kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Lazada, (2) promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Lazada, (3) harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Lazada (4) kemudahan penggunaan aplikasi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *e-commerce* Lazada.

Kata kunci : Promosi, Harga, Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Minat Beli Ulang

ABSTRACK

***THE INFLUENCE OF PROMOTION, PRICE AND EASE OF
USE OF THEAPPLIACATION ON REPUCHASING INTEREST
IN E-COMMERCE LAZADA***

*A Study At Sanata Dharma
University Students*

Yulius Edister
Halawa Sanata
Dharma
University2023

This research aims to determine : (1) the simultaneous effect of promotion, price and ease of use of applications on repurchase interest in Lazada e-commerce, (2) the partial effect of promotion on repurchase interest in Lazada e-commerce, (3) the partial effect of price on repurchase interest in Lazada e-commerce, (4) the partial effect of ease of use of applications on repurchase interest in Lazada e-commerce. This research was conducted in May 2023. The population in this study were Sanata Dharma University Yogyakarta students who used Lazada e-commerce. Respondents in this study were 100 people with purposive sampling technique. The data analysis technique used in this research is multiple linear analysis, using SPSS 25.0 for windows. The results showed that: (1) promotion, price and ease of use of the application affect repurchase interest in Lazada e-commerce, (2) promotion partially has no affects repurchase interest in Lazada e-commerce, (3) price partially effects on repurchase interest in Lazada e-commerce (4) ease of use of the application partially affects repurchase interest in Lazada e-commerce.

Keywords: Promotion, Price, Ease of Use of Applications and RepurchaseInterest