

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Harga, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai variabel Moderasi. Variabel penelitian yaitu, Harga, Brand Image, Kualitas Produk, Minat Beli dan Kepercayaan. Metode pengumpulan data melalui survei dan menyebarkan kuesioner dengan sampel 62 responden. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan Partial Least Square (PLS). Untuk uji hipotesis digunakan yaitu Path Coeficient yaitu pengujian yang dilakukan untuk melihat pengaruh langsung dan Indirect Effect merupakan pengujian yang bertujuan untuk melihat pengaruh tidak langsung.

Hasil penelitian yang didapatkan yaitu : a. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Minat Beli pada Pengguna Ecommerce Shopee di Kota Padang. b. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Brand Image terhadap Minat Beli pada Pengguna Ecommerce Shopee di Kota Padang. c. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli pada Pengguna Ecommerce Shopee di Kota Padang. d. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan pada Pengguna Ecommerce Shopee di Kota Padang. e. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan Brand Image terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan pada Pengguna Ecommerce Shopee di Kota Padang. f. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan pada Pengguna Ecommerce Shopee di Kota Padang.

Kata Kunci : Harga, Brand Image, Kualitas Produk, Minat Beli dan Kepercayaan

ABSTRACT

This study aims to determine how big the influence of price, brand image and product quality on purchase intention with trust as a moderating variable. The research variables are, Price, Brand Image, Product Quality, Purchase Interest and Trust. Methods of collecting data through surveys and distributing questionnaires with a sample of 62 respondents. The analytical method used is Structural Equation Modeling (SEM) Analysis with Partial Least Square (PLS). To test the hypothesis, the Path Coefficient is used, which is a test carried out to see the direct effect and the Indirect Effect is a test that aims to see the indirect effect. The research results obtained are: a. There is a positive and significant effect of Price on Buying Interest on Shopee Ecommerce Users in Padang City. b. There is a positive and significant effect of Brand Image on Buying Interest in Shopee Ecommerce Users in Padang City. c. There is no positive and significant effect of Product Quality on Buying Interest in Shopee Ecommerce Users in Padang City. d. There is no positive and significant effect of Price on Buying Interest through Trust in Shopee Ecommerce Users in Padang City. e. There is no positive and significant effect of Brand Image on Buying Interest through Trust in Shopee Ecommerce Users in Padang City. f. There is no positive and significant effect of Product Quality on Buying Interest through Trust in Shopee Ecommerce Users in Padang City.

Keywords: Price, Brand Image, Product Quality, Purchase Interest and Trust