

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari metode pembayaran, ulasan, promosi, kemudahan penggunaan aplikasi, dan pendapatan terhadap minat belanja *online* mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Jambi. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis dekriptif dan analisis kuantitatif. Data yang digunakan data primer dan data sekunder, yang dimana data primer penelitian ini menggunakan kuesioner dengan sampel sebanyak 148 mahasiswa dari semua program studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang pernah berbelanja melalui *E-commerce*. Sedangkan data sekunder penelitian ini dari studi kepustakaan yang relevan dengan judul peneliti seperti artikel, journal, website, maupun literatur yang sejalan dengan gambaran umum penelitian ini. Teknis pengujian analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji Kelayakan Model *Binary Logistic Regression*, uji wald dan uji *Omnibus Test Of Model Coefficient*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Perempuan dengan persentase yang lebih besar dibanding laki-laki dalam hal berbelanja, dengan responden mahasiswa Manajemen menjadi jumlah responden dengan persentase tertinggi, sedangkan yang terendah adalah mahasiswa program studi Kewirausahaan. Dan dengan pendapatannya, dari orang tua memiliki persentase tertinggi yaitu 66,2 persen. 2). Berdasarkan Uji Wald yaitu uji secara parsial, variabel pendapatan dan kemudahan penggunaan aplikasi tidak berpengaruh positif terhadap minat belanja, sedangkan metode pembayaran, ulasan, dan promosi berpengaruh positif terhadap minat belanja. Berdasarkan Uji secara Keseluruhan, variabel metode pembayaran, ulasan, promosi, kemudahan penggunaan aplikasi dan juga berpengaruh positif terhadap minat belanja.

Kata Kunci : *E-commerce*, minat belanja *online*, metode pembayaran, ulasan, promosi, kemudahan penggunaan aplikasi, pendapatan, regresi logistik biner

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of payment methods, reviews, promotions, ease of application, and income on the online shopping interest of undergraduate students in the Faculty of Economics and Business at the University of Jambi. The analytical methods used in this research are descriptive and quantitative analysis. The data used are primary and secondary data, where the primary data of this research uses a questionnaire with a sample of 148 students from all study programs in the Faculty of Economics and Business at the University of Jambi who have ever shopped through E-commerce. Meanwhile, the secondary data of this research comes from relevant literature to the research title such as articles, journals, websites, and literature that are in line with the general overview of this research. The technical testing analysis used is the validity test, reliability test, Binary Logistic Regression Model Feasibility test, Wald test, and Omnibus Test of Model Coefficient. The results of the study show that: 1) Women have a higher percentage than men in terms of shopping, with management student respondents being the highest percentage of respondents, while the lowest is entrepreneurship students. And by their income, from parents have the highest percentage of 66.2 percent. 2) Based on the Wald test, which is a partial test, the variables of income and ease of application do not have a positive effect on shopping interest, while payment methods, reviews, and promotions have a positive effect on shopping interest. Based on the Overall Test, the variables of payment methods, reviews, promotions, ease of application, and also have a positive effect on shopping interest.

Keywords : *E-commerce, online shopping interest, payment methods, reviews, promotions, ease of application, income, binary logistic regression*