

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS INFORMASI DAN
KEMUDAHAN BERTRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA SITUS BELANJA ONLINE ZALORA**

SKRIPSI

Program Studi: Manajemen



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2021

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS INFORMASI DAN
KEMUDAHAN BERTRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA SITUS BELANJA ONLINE ZALORA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2021

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, INFORMATION QUALITY AND
EASE OF TRANSACTION ON CONSUMER PURCHASE INTEREST IN
THE ONLINE SHOPPING SITE ZALORA**

THESIS

The Study Program: Management



FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

2021

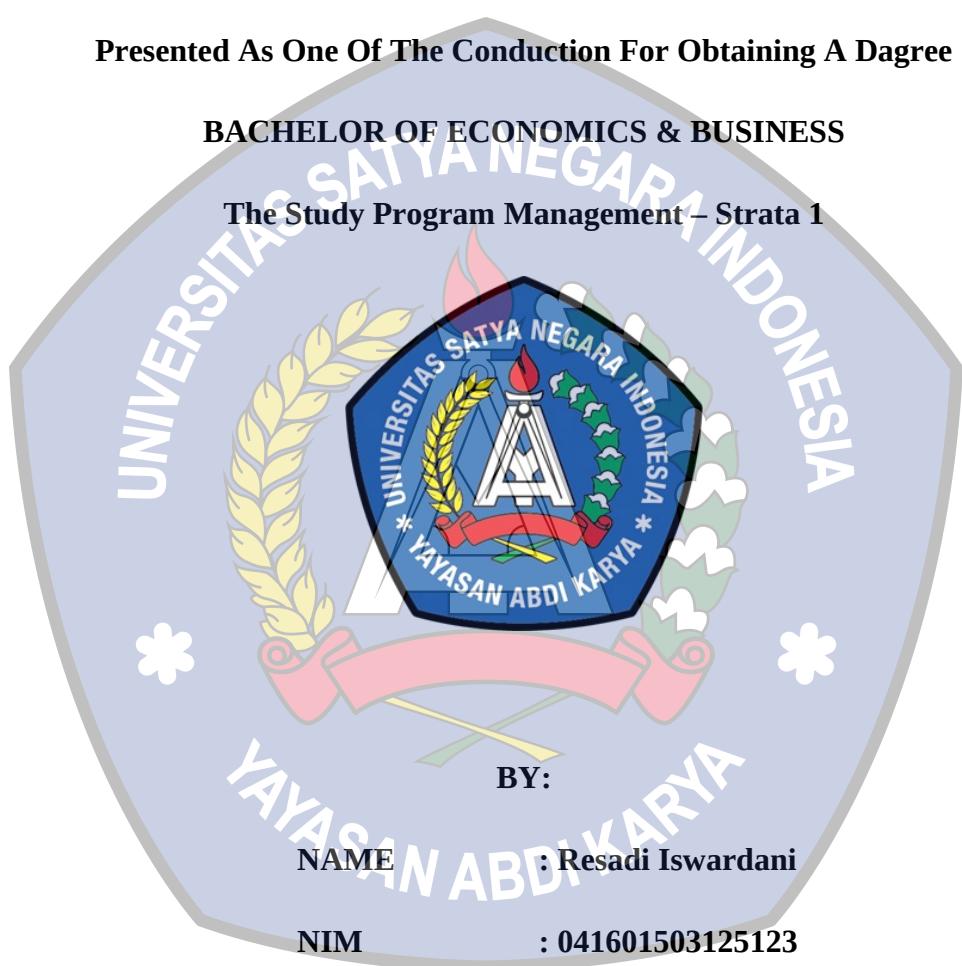
**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, INFORMATION QUALITY AND
EASE OF TRANSACTION ON CONSUMER PURCHASE INTEREST IN
THE ONLINE SHOPPING SITE ZALORA**

THESIS

Presented As One Of The Conduction For Obtaining A Dgree

BACHELOR OF ECONOMICS & BUSINESS

The Study Program Management – Strata 1



FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Kualitas Informasi dan Kemudahan Bertransaksi terhadap Minat Beli Konsumen pada situs belanja *online* Zalora. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dan hasil dari penelitian berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia, sampel dalam penelitian ini berjumlah 100. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t dan koefisien determinasi.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Citra Merek (X_1), Kualitas Informasi (X_2) dan Kemudahan Bertransaksi (X_3) terhadap Minat beli Konsumen (Y). Secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Citra Merek dan kemudahan Bertransaksi berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen, sedangkan variabel Kualitas Informasi tidak berpengaruh terhadap Minat beli Konsumen.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Informasi, Kemudahan Bertransaksi dan Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Brand Image, Information Quality and Ease Of Transaction on Consumer Purchase Interest in the online shopping site Zalora. The method used in this study is a quantitative using a likert scale. The population in this study is Satya Negara Indonesia University students, the sample in this study amounted to 100. Data analysis Methods used in this study are multiple Linear Regression Test, F test, t test ad Determinant Coefficient.

The result showed that simultaneously (F test) showed that there was significant influance between Brand Image (X_1), Information Quality (X_2), and Ease Of Transaction (X_3) on Consumer Purchase Interest (Y). Partially (Test t) show that Brand Image and Ease Of Transaction variables affect on Consumer Purchase Interest, while Information Quality variables do not affect on Consumer Purchase Interest.

Keywords: *Brand Image, Information Quality and Ease Of Transaction and Consumer Purchase Interest*

