

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Tiktok *Shop* (Studi Pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang)

ABSTRAK Oleh:

**Indah Yuni Purwanti
1961234**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Chusnul Rofiah, SE., MM., CIQaR**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan adanya pengaruh yang signifikan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi keamanan terhadap minat beli ulang pengguna Tiktok *Shop* pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang. Penelitian ini menggunakan metode eksplanasi melalui metode pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang disebar melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini ialah Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang pernah menggunakan dan membeli melalui Tiktok *Shop* minimal 1 kali. Menggunakan *purposive sampling* dengan 100 responden. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis. Pengolahan data menggunakan SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang, dan persepsi keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang. Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk salah satu wadah dalam menambah wawasan dan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran serta diharapkan dapat digunakan sebagai suatu sumber tambahan informasi oleh konsumen.

Kata Kunci: Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Minat Beli Ulang