

ABSTRAK

PENGARUH KONTEN *DIGITAL MARKETING*, KEMUDAHAN PENGUNAAN APLIKASI, DAN PROMO BELANJA TERHADAP MINAT BELI ULANG DI *E-COMMERCE* TOKOPEDIA PADA MAHASISWA JURUSAN PIPS UNIVERSITAS LAMPUNG

OLEH

ACHMAD DHARMA SAPUTRA

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh konten *digital marketing*, kemudahan penggunaan aplikasi dan promo belanja terhadap minat beli ulang di *e-commerce* Tokopedia pada mahasiswa PIPS Universitas Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan *expost facto* dan survei. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa PIPS Universitas Lampung angkatan 2020 dan 2021 pengguna aktif Tokopedia atau pernah menggunakan Tokopedia sebanyak 144 mahasiswa dan sampel yang digunakan sebanyak 106 mahasiswa. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling* dengan metode *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t melalui analisis regresi sederhana untuk menguji variabel secara parsial dan uji F menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji variabel secara simultan. Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $149,581 > 2,69$ dengan nilai R^2 sebesar 0,815 atau 81,5% yang berarti seluruh variabel bebas memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang di *e-commerce* Tokopedia pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Konten *Digital Marketing*, Minat Beli Ulang dan Promo Belanja.

ABSTRACT

***INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING CONTENT, EASE OF
USE OF THE APPLICATION, AND SHOPPING PROMOS
ON REPURCHASE INTEREST IN E-COMMERCE
TOKOPEDIA FOR DEPARTMENTAL STUDENTS
PIPS LAMPUNG UNIVERSITY***

By

ACHMAD DHARMA SAPUTRA

The aim of this research is to determine the influence of digital marketing content, ease of use of applications and shopping promos on repurchase interest in Tokopedia e-commerce among PIPS University of Lampung students. The method used in this research uses a descriptive verification method with an ex post facto and survey approach. The population used was 144 PIPS University of Lampung students from the class of 2020 and 2021 who were active users of Tokopedia or had used Tokopedia and the sample used was 106 students. With a sampling technique using Probability Sampling with a simple random sampling method. Data collection was carried out by distributing questionnaires. Hypothesis testing is carried out using the t test through simple regression analysis to test variables partially and the F test using multiple regression analysis to test variables simultaneously. Based on simultaneous hypothesis testing, the value $F_{count} > F_{table}$ or $149.581 > 2.69$ was obtained with an R^2 value of 0.815 or 81.5%, which means that all independent variables have an influence on repurchase interest in Tokopedia e-commerce among PIPS University of Lampung students.

Key words: *Ease Of Use Of The Application, Digital Marketing Content, Repurchase Interest, And Shopping Promos.*