

# **Pengaruh Minat Beli, Karakteristik Produk Dan Penilaian Konsumen Terhadap Pembelian Produk Selama Pandemi Covid-19 Pada Pengguna Aplikasi Online Di Kota Medan**

**Hendra Jonathan Sibarani, S.S.T.,M.Si.<sup>1</sup>, Asido Hermanto Lumban Gaol<sup>2</sup>, Hares Kumar<sup>3</sup>**

**Universitas Prima Indonesia Medan<sup>1,2,3</sup>**

Jl. Sekip Jl. Sikambing No.simpang, Sei Putih Tim. I, Kec. Medan Petisah, Kota Medan,  
Sumatera Utara 20111

## **ABSTRAK**

**Tujuan:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh minat beli, karakteristik produk dan penilaian konsumen terhadap pembelian produk selama pandemi covid-19 pada pengguna aplikasi online di Kota Medan. Keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang penting untuk dicermati oleh produsen. Keputusan pembelian yaitu proses yang terjadi pada konsumen ketika ia memutuskan membeli, apa yang dibeli, dimana dan bagaimana membelinya.

**Metode:** Objek dari penelitian ini adalah beberapa warung yang menggunakan aplikasi online. Melalui rumus lemeshow, sampel penelitian berjumlah 30. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, pengujian hipotesis klasik dan regresi linier berganda.

**Hasil:** Hasilnya adalah minat beli, karakteristik produk dan penilaian konsumen berpengaruh secara parsial atau simultan terhadap pembelian produk selama pandemi covid-19 pada pengguna aplikasi online di Kota Medan.

**Kata kunci:** Minat Beli, Karakteristik Produk, dan Penilaian Konsumen