

ABSTRAK

Fika Sabilal Ula (1820310216). “Minat Beli Customer Shopee Ditinjau dari *Digital Marketing*, *Usability*, dan *Information Quality*, (Survey pada *Customer Muslim Shopee Kabupaten Kudus*)”.

Tujuan dalam penelitian ini adalah menguji secara empiris pengaruh *digital marketing* pada minat beli konsumen muslim shopee kabupaten Kudus, menguji secara empiris pengaruh *usability* pada minat beli konsumen muslim shopee kabupaten Kudus, dan menguji secara empiris pengaruh *information quality* pada minat beli konsumen muslim shopee kabupaten Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini dengan angket, observasi dan dokumentasi secara langsung pada lokasi penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang konsumen yang menggunakan shopee di Kabupaten Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada minat beli konsumen muslim shopee kabupaten Kudus, *usability* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada minat beli konsumen muslim shopee kabupaten Kudus, dan *information quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada minat beli konsumen muslim shopee kabupaten Kudus.

Kata Kunci: *Digital marketing*, *Usability*, *Information quality*, dan Minat Beli Konsumen.