

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan, promosi, kemudahan penggunaan, dan minat beli terhadap keputusan pembelian dalam aplikasi M-Tix. Data dikumpulkan dari responden melalui kuesioner yang tersebar di wilayah Jabodetabek selama bulan Juli 2024. Analisis menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perhitungan PLS-Algorithm dan Bootstrapping. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan keamanan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli, yang secara tidak langsung memengaruhi keputusan membeli. Kemudian Kemudahan dan Keamanan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan membeli secara langsung. Namun, kemudahan tidak berdampak terhadap minat beli dan promosi tidak berdampak terhadap keputusan membeli. Temuan ini memberikan implikasi manajerial penting bagi perusahaan M-Tix dalam meningkatkan strategi pemasaran dan kenyamanan menggunakan aplikasi untuk meningkatkan minat beli dan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Promosi, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Minat Beli, Keputusan Pembelian, PLS-SEM, M-Tix.