

ABSTRAK

Shopee merupakan salah satu *platform* belanja yang paling banyak digunakan dan mampu menguasai *e-commerce* di Indonesia. Shopee memberikan berbagai macam pilihan opsi pembayaran guna memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi, salah satunya yaitu layanan Shopee *Paylater*. Opsi pembayaran yang semakin mudah tersebut tidak menjamin keamanan bagi penggunanya, dikarenakan masih didapati banyak permasalahan mengenai peretasan akun, penipuan dan penyalahgunaan limit saldo *Paylater* yang dialami oleh konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat beli ulang konsumen dengan kepercayaan sebagai variabel perantara. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, dengan metode kuesioner dan menggunakan 130 responden sebagai sampel dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) AMOS 22.

Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. 2) Persepsi risiko tidak mempengaruhi Kepercayaan. 3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. 4) Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. 5) Persepsi Risiko tidak mempengaruhi Minat Beli Ulang.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Minat Beli Ulang, Shopee *Paylater*