

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan terhadap minat beli ulang produk secara online dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada pelanggan pengguna Shopee di Kota Semarang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah bertransaksi di *e-commerce* Shopee minimal tiga kali dalam jangka waktu satu tahun terakhir yang berdomisili di Kota Semarang. Sampel yang digunakan sebanyak 120 responden. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 24.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan juga minat beli ulang. Selain itu keputusan pembelian juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: kemudahan penggunaan, kepercayaan pelanggan, minat beli ulang, keputusan pembelian