

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh berkembangnya teknologi informasi yang pesat mengakibatkan pertumbuhan berbagai sektor industri, salah satunya yaitu industri e-commerce baik di Indonesia maupun di dunia. Di Indonesia sendiri berdasarkan laporan E-Conomy SEA 2018 menunjukkan bahwa ekonomi digital Indonesia tahun ini mencapai US\$27 miliar atau sekitar Rp391 triliun. Akan tetapi banyak konsumen yang mengeluhkan e-commerce dari beberapa dimensi seperti yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu kualitas desain website, kualitas layanan elektronik dan kepercayaan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Populasi pada penelitian ini adalah konsume yang pernah melakukan pembelian melalui E-Commerce Shopee. Jumlah sample yang digunakan yaitu sebanyak 200 responden dan dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Kemudian data yang diperoleh diolah menggunakan program AMOS.

Dari hasil penelitian ini didapatkan hasil bahwa kualitas desain website, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. akan tetapi kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh yang negatif, selanjutnya kepercayaan juga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang disusul juga dengan kepuasan konsumen yang memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang. Variabel yang paling berpengaruh terhadap peningkatan minat beli ulang pada E-Commerce Shopee yaitu tingkat kepercayaan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan meningkatkan minat beli ulang.

Kata kunci : kualitas desain website, kualitas layanan elektronik, kepercayaan, kepuasan konsumen, minat beli ulang