

## **ABSTRAK**

**YULIANI: 2102019027**

**Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi Covid-19  
(Studi Pada E-commerce Marketplace Shopee)**

### **Tesis**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui minat beli ulang sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan sampel menggunakan metode *purposive sampling* sebanyak 114 sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (*google formulir*). Metode analisis adalah *Structural Equation Modelling* (SEM), dengan analisis data menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Kemudahan penggunaan dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan minat beli ulang memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian dan pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, Minat Beli Ulang, Keputusan Pembelian