

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, KEPERCAYAAN DAN
HARGA TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG PADA
MARKETPLACE “SHOPEE”
(Studi pada Mahasiswa di 3 Perguruan Tinggi Jombang)**

ABSTRAK

Oleh :

Een Nuriliyah

Dosen Pembimbing :

Dr. Indra Kurniawan, S.Sos.,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas *website*, kepercayaan konsumen dan harga terhadap niat pembelian ulang secara *online* terhadap *marketplace* Shopee pada mahasiswa di 3 Perguruan Tinggi Jombang. Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran Likert dengan menggunakan angket. Metode penelitian ini adalah metode penelitian regresi linier berganda, yang bertujuan memberikan umpan balik terhadap kualitas *website*, kepercayaan, dan harga terhadap niat pembelian ulang pada *marketplace* Shopee dengan menggunakan tanggapan dari para konsumennya. Data dari 100 kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa 3 Perguruan Tinggi Jombang menjadi sumber data primer. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Kualitas *website* berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang, 2) Kepercayaan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang karena nilai t , dan 3) Harga berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang. Hal ini terlihat pada tanggapan positif responden untuk setiap indikator dari variabel tingkat keyakinan 33% dihasilkan nilai uji analisis statistic yang menunjukkan bahwa kualitas *website*, kepercayaan, dan harga terhadap niat pembelian ulang. Sedangkan sisanya 67% dipengaruhi oleh factor lain.

Kata kunci : Kualitas *Website*, Kepercayaan, Harga, Niat Pembelian Ulang.

***THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY, TRUST AND PRICE ON
THE PURCHASE OF THE SHOPEE'S MARKETPLACE
(Study of Students at 3 Universities in Jombang)***

ABSTRACT

By:
Een Nuriliyah

Supervisor :
Dr. Indra Kurniawan, S. Sos, .MM

This study aims to determine the effect of website quality, consumer confidence and price on online repurchase intentions on Shopee marketplace for students at 3 Universities in Jombang. In this study using a Likert measurement scale using a questionnaire. This research method is a multiple linear regression research method, which aims to provide feedback on the quality of the website, trustworthiness, and price of repurchase intentions in the Shopee marketplace by using the responses of its consumers. Data from 100 questionnaires distributed to students of 3 Jombang Colleges became the primary data source. Based on the results of this study indicate that 1) Website quality has a significant effect on repurchase intentions, 2) Consumer confidence has no significant effect on repurchase intentions because of value, and 3) Price has a significant effect on repurchase intentions. This can be seen in the respondent's positive response to each indicator of the 33% confidence level variable resulting in a statistical analysis test value which shows that the website quality, trustworthiness, and price for repurchase intentions. While the remaining 67% is influenced by other factors.

Keywords: Website Quality, Trust, Price, Repurchase Intention.