

**PENGARUH *TRUST* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP
MINAT BELI ULANG MENGGUNAKAN *E-COMMERCE*
(Studi Kasus pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang Pengguna
Aplikasi Shopee)**

ABSTRAK

Oleh :

**Lucky Indah Rahmawati
1761021**

**Dosen Pembimbing :
Nuri Purwanto, S.ST., MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Trust* dan *Perceived Ease Of Use* terhadap minat beli ulang pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang pengguna aplikasi shopee. Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasinya adalah mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang pengguna aplikasi shopee dengan sampel penelitian sebanyak 100 orang, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier Berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien determinasi. Data diolah menggunakan SPSS 2.0. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang dan *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Selain itu diperoleh hasil bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang paling besar. Maka e-commerce shopee perlu terus mempertahankan *perceived ease of use* agar dapat membuat konsumennya tetap melakukan minat beli ulang dan mampu bersaing dengan bisnis e-commerce lainnya.

Kata Kunci: *Trust*, *Perceived Ease Of Use*, Minat Beli Ulang