

ABSTRAK

Meningkatkan pembelian konsumen merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Dalam sistem bisnis modern, pemasaran produk atau jasa banyak dilakukan secara *online*. Masalah utamanya adalah apakah pemasar dapat memberikan stimulus bagi konsumen untuk memiliki niat untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan. Untuk dapat meningkatkan niat beli ulang, pemasar harus dapat memberikan pengalaman berbelanja yang baik, membuat konsumen percaya dan puas saat berbelanja *online*.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pembelian produk, kepercayaan membeli, kepuasan membeli terhadap niat membeli kembali pada toko *online* Shopee. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience* sampling, Jumlah sampel sebanyak 100 orang yang pernah berbelanja secara *online* pada *marketplace* Shopee. Metode pengukuran data menggunakan skala Likert dan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda

Hasil penelitian memberikan informasi bahwa: 1) Pengalaman pembelian suatu produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang pada toko *online* Shopee. 2) Kepercayaan beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang pada toko *online* Shopee. 3) Kepuasan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang pada toko *online* Shopee.

Kata Kunci: Belanja *online*, Shopee, pengalaman pembelian, kepuasan, kepercayaan, niat pembelian kembali