

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN SECARA *ONLINE***

**(Studi Pada Konsumen *Marketplace Lazada*)**

Destie Rahmawatie

17.05.51.0105

Lazada merupakan *Marketplace* yang menawarkan berbagai macam produk dan pelayanan untuk membantu memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap niat beli konsumen secara online pada Marketplace Lazada, (2) menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap niat beli konsumen secara online pada Marketplace Lazada, dan (3) menganalisis kualitas layanan terhadap niat beli konsumen secara online pada Marketplace Lazada. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian sampel yaitu menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data primer ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner sebagai instrumen penelitian. Hasil penelitian yang didapat menunjukan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat beli konsumen secara online pada Marketplace Lazada. Selanjutnya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel kepercayaan terhadap niat beli konsumen secara online pada marketplace lazada serta kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap niat beli konsumen secara online pada marketplace lazada.

**Kata Kunci :** persepsi risiko, kepercayaan, kualitas layanan, niat beli ulang konsumen.

## ***ABSTRACT***

### ***THE INFLUENCE OF RISK PERCEPTION, TRUST, AND QUALITY OF SERVICE ON CONSUMER'S REPURCHASING INTENTION ONLINE***

***(study on Consumer Marketplace Lazada)***

Destie Rahmawatie

17.05.51.0105

*Lazada is a marketplace that offers a wide range of products and services to help meet the daily needs of consumers. The purposes of this study are (1) to analyze the effect of risk perception on consumers' online purchase intentions on the Lazada Marketplace, (2) to analyze the influence of trust on consumers' online purchase intentions on the Lazada Marketplace, and (3) to analyze the quality of service on consumers' purchase intentions online. online on the Lazada Marketplace. This research method uses a sample research method that is using purposive sampling technique. Data analysis used multiple linear regression analysis. This primary data collection was carried out by distributing questionnaires as a research instrument. The results obtained indicate that the perception of risk has no effect on consumers' purchase intentions online on the Lazada Marketplace. Furthermore, trust has a positive and significant effect between the variables of trust on consumer buying intentions online at the Lazada marketplace and service quality has a positive and significant effect between service quality variables on online consumer purchase intentions on the Lazada marketplace.*

***Keywords:*** risk perception, trust, service quality, consumer repurchase intention.