

**PENGARUH KEPERCAYAAN KEPADA *E-SELLER*, *E-SERVICE*  
*QUALITY*, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
ULANG PADA TRAVELOKA**

(Survey pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Yogyakarta)

**Muhammad Farhan Novrizaldi**

**NIM: 141150478**

[farhannovrizaldi20@gmail.com](mailto:farhannovrizaldi20@gmail.com)

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan kepada *e-seller*, *e-service quality*, dan persepsi risiko terhadap niat pembelian ulang di Traveloka. Survey dilakukan pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang sudah menggunakan jasa Traveloka lebih dari satu kali, baik melalui aplikasi maupun situs web Traveloka. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kepercayaan kepada *e-seller*, *e-service quality*, dan persepsi risiko secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang, 2) kepercayaan kepada *e-seller* tidak berpengaruh terhadap niat pembelian ulang, 3) *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang, 4) persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat pembelian ulang. Pada pengguna jasa Traveloka dikalangan mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta.

Kata Kunci: kepercayaan kepada *e-seller*, *e-service quality*, persepsi risiko, niat pembelian ulang, Traveloka.