

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG SECARA  
ONLINE DI SITUS LAZADA  
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta)**

Mikdhar Ilham

(141120100)

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kemudahan dan kepercayaan terhadap minat pembelian ulang secara *online* di situs lazada. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi fakultas ekonomi “UPN” Veteran Yogyakarta. Dari populasi ini akan ditarik sampel yang digunakan dalam penelitian sebagai responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis *purposive sampling* kepada 100 responden dengan kriteria adalah mahasiswa dan mahasiswi fakultas ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta yang pernah membeli secara *online* di situs lazada lebih dari satu kali. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian dan analisis yang dilakukan, disimpulkan bahwa persepsi harga, kemudahan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kemudahan, Kepercayaan, Minat Pembelian Ulang