

ABSTRAK

Pandemi Covid 19 menjadikan meningkatnya jumlah pengguna *ecommerce*. Dilihat dari perkembangan sebelum dan pada saat pandemi yang meningkat menjadikan platform *ecommerce* mengalami peningkatan, salah satunya adalah *ecommerce* Shopee. Para konsumen akan menggunakan Shopee apabila produk yang diinginkan sesuai dengan persepsi harga yang diharapkan dan diikuti dengan rasa kepercayaan yang diberikan kepada platform yang dipilih.

Adapun tujuan penelitian ini untuk menganalisis variabel yang mempengaruhi minat beli ulang di *ecommerce* Shopee saat pandemi covid-19. Pada penelitian ini menggunakan persepsi harga dan kepercayaan sebagai faktor dalam mempengaruhi minat beli ulang mahasiswa pada *ecommerce* Shopee selama masa pandemi Covid 19.

Penelitian ini dilakukan teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Metode penelitian yang digunakan untuk mencapai tujuan adalah metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Kriteria responden yang dipilih adalah pengguna *ecommerce* Shopee. Dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 24 dalam rangka membantu mengolah dan menganalisis data pada penelitian.

Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi berganda untuk variabel persepsi harga memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.548, dan variabel kepercayaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.304. Variabel persepsi harga dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Akan tetapi variabel persepsi harga menjadi peningkatan yang terbesar terhadap minat beli.

Kata kunci: *ecommerce*, persepsi harga, kepercayaan, minat beli ulang