

## ABSTRAK

Pemerintah Indonesia memiliki target bahwa jumlah transaksi *e-commerce* di Indonesia diharapkan bisa mencapai hingga 50% per tahun, selain itu Presiden Indonesia menetapkan visi untuk menjadikan Indonesia menjadi negara dengan perekonomian terbesar di Asia Tenggara. Disisi lain, tingkat *shopping cart abandonment* (proses konsumen yang meninggalkan keranjang belanja online dan tidak melanjutkan tahap pembayaran terkait dengan berbelanja online) masih tinggi, dimana pada tahun 2018 jumlah konsumen di Indonesia yang melakukan *shopping cart abandonment* mencapai 69%. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong *shopping cart abandonment*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis kausal deskriptif. Teknik sampling pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yang merupakan bagian dari *non probability*. Populasi dari penelitian ini adalah responden dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan *shopping cart abandonment* yang berdomisili di Pulau Jawa sebanyak 200 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Principal component analysis*.

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat 6 komponen baru dari 23 item pertanyaan yang mendorong *shopping cart abandonment*, yaitu adalah *emotional ambivalence*, *transaction inconvenience*, *hesitation at checkout*, *perceived risk*, *payment intention* dan *perceived cost*.

**Kata Kunci :** *Shopping cart abandonment*, *Emotional ambivalence*, *Hesitation at checkout*, *Transaction inconvenience*, *Perceived risk*, *Perceived cost*, *Payment intention*