ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan terkait peminat situs JD.id di Indonesia sangat sedikit karena JD.id masih dianggap sebagai *e-Commerce* yang tingkat operasionalnya rumit dan pilihan yang terbatas serta harga yang kurang kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan tersebut dapat terjadi karena kepercayaan dan kepuasan yang timbul di para pengguna situs *e-Commerce* JD.id. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan dan kepuasan secara simultan dan parsial terhadap minat beli ulang pengguna situs *e-Commerce* JD.id.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* menggunakan rumus Slovin, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini didapat dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa kepercayaan dan kepuasan berada pada kategori sangat baik dengan skor sebesar 85% & 86%. Sedangkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara simultan variabel kepercayaan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (39,263 > 3,090) dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05. Secara parsial variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,817 < 1,984) dan tingkat signifikansi 0,072 > 0,05, sedangkan variabel kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,449 > 1,984) dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya, minat beli ulang pengguna JD.id hanya dipengaruhi oleh faktor kepuasan pengguna itu sendiri dibandingkan kepercayaan yang dibangun.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kepuasan, Minat Beli Ulang, *e-Commerce* JD.id.