

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini ialah mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh kepercayaan, keamanan, dan persepsi resiko terhadap keputusan pengambilan kredit online Shopeepaylater. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan populasi adalah pengguna Shopeepaylater dan penentuan sample menggunakan non-probability sampling. Sampel yang diperoleh berjumlah 400 dengan karakteristik sudah menggunakan Shopeepaylater selama 2 bulan. Hasil analisis data penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, keamanan, dan persepsi secara simultan memberikan pengaruh terhadap loyalitas dengan nilai 9,027 dan signifikansi  $0,004 < 0,005$ . Secara terpisah kepercayaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit online. Keamanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit online, dan persepsi resiko juga mempengaruhi keputusan pengambilan kredit online pada Shopeepaylater.

Kata Kunci: Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko, Kredit Online