

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan Tiktok Shop sebagai objek penelitian. Maksud adanya riset ini yaitu guna menguji serta menganalisis dampak dari Kepercayaan, Kualitas Layanan, Kepuasan, Risiko atas Minat Beli Ulang. Riset ini merupakan riset kuantitatif. Adapun pengumpulan data memakai metode kuesioner. Responden yaitu pengguna Tiktok yang pernah melakukan transaksi menggunakan Tiktok Shop, dengan usia 15 tahun ke atas atau usia dibangku SMA/SMK. Adapun hasil dari riset ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli ulang, kualitas layanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli ulang, kepuasan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli ulang, risiko berpengaruh negative serta signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Layanan, Kepuasan, Risiko, Minat Beli Ulang.

