

## RINGKASAN

Berkembangnya pemanfaatan media internet sebagai sarana interaksi sosial telah mengantarkan banyak kemudahan komunikasi maupun informasi dalam segala bidang. Saat ini internet menjadi unggulan bagi para pebisnis dalam usaha memenangkan persaingan bisnis. *Marketplace* merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menarik konsumen dan meningkatkan volume transaksi pembelian seperti pemberian diskon dan *flashsale*. *Flashsale* pada *marketplace shopee* merupakan metode penjualan yang relatif baru dengan memberikan variasi diskon serta dengan adanya tekanan waktu pada penjualan produk sehingga bisa menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Penelitian ini berjudul “Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Ulang (*Repurchase*) Program *Flash Sale* Pada *Marketplace Shopee* Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Niat Pembelian Ulang (*Repurchase*) Pada *Marketplace Shopee*. Penelitian ini dilakukan pada pengguna aplikasi *Shopee* yang melakukan pembelian dari rentan usia 16 – 35 tahun dan dengan masa pembelian kurang dari 5 bulan terakhir dari pertengahan tahun 2020. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan diperoleh 259 sample.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) menunjukkan bahwa: bahwa diskon tidak berpengaruh terhadap kepuasan, diskon tidak berpengaruh terhadap *repurchase*, keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan, keamanan tidak berpengaruh terhadap *repurchase*, kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan, kemudahan tidak berpengaruh terhadap *repurchase*, *time pressure* berpengaruh terhadap kepuasan, kepuasan berpengaruh terhadap kepercayaan, kepercayaan berpengaruh terhadap *repurchase*, diskon berpengaruh terhadap *repurchase* melalui kepuasan, kemudahan transaksi berpengaruh terhadap *repurchase* melalui kepuasan, keamanan berpengaruh terhadap *repurchase* melalui kepuasan.,

Untuk meningkatkan pembelian ulang pada aplikasi *Shopee*, pihak penyedia aplikasi dapat memfilter item atau produk-produk yang memang sudah lama dan mengupdate pada produk yang lebih baru yang memang disukai oleh konsumen atau yang sedang dicari oleh konsumen, sehingga akan meningkatkan pembelian ulang kembali pada aplikasi *shopee*.

Kata Kunci: *Flashsale*, Diskon, keamanan, kemudahan transaksi, *time pressure*, kepuasan, kepercayaan, *repurchase*.

## SUMMARY

*The development of the use of internet media as a means of social interaction has brought many easements to communication and information in all fields. Currently, the internet is becoming the flagship for business people in an effort to win business competition. Marketplace is a marketing strategy to attract consumers and increase the volume of purchase transactions such as giving discounts and flash sales. Flash sales in the shopee marketplace is a relatively new sales method by providing a variety of discounts and time pressure on product sales so that it can attract consumers to make purchases.*

*This research is entitled "Factors Affecting Repurchase Intention (Repurchase) Flash Sale Program on Shopee Marketplace With Satisfaction And Trust As Mediation Variables". The purpose of this study was to analyze the effect of Repurchase Intentions at the Shopee Marketplace. This research was conducted on Shopee application users who made purchases from vulnerable ages of 16 - 35 years and with a purchase period of less than the last 5 months from mid 2020. Data analysis used Structural Equation Modeling (SEM) and obtained 259 samples.*

*Based on the results of research and data analysis using Structural Equation Modeling (SEM), it shows that: discount has no effect on satisfaction, discounts have no effect on repurchase, security affects trust, security affects trust, security has no effect on repurchase, ease has an effect on satisfaction , convenience has no effect on repurchase, time pressure affects satisfaction, satisfaction affects trust, trust affects repurchase, discounts affect repurchase through satisfaction, transaction ease affects repurchase through satisfaction, security affects repurchase through satisfaction.*

*To increase repurchases on the Shopee application, the application provider can filter items or products that are old and update on newer products that consumers really like or are looking for, so that it will increase re-purchases on the Shopee application.*

*Keywords: Flashsale, discount, security, ease of transaction, time pressure, satisfaction, trust, repurchase.*