

ABSTRAK

**Yunia Tessa Lolika
(2017/17059072)** : Pengaruh *Security, Ease Of Use* dan *Privacy Concern* Terhadap *Repurchase Intention* dengan *E-Satisfaction* sebagai Mediasi Pada E-Commerce Shopee Di Kota Padang

Dosen Pembimbing : Rahmiati, SE, M.Sc

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis : (1) Pengaruh *Security* terhadap *Repurchase Intention* pada pengguna Shopee. (2) Pengaruh *Ease of Use* terhadap *Repurchase Intention* pada pengguna Shopee. (3) Pengaruh *Privacy Concern* terhadap *Repurchase Intention* pada pengguna Shopee. (4) Pengaruh *Security* terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna Shopee. (5) Pengaruh *Ease Of Use* terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna Shopee. (6) Pengaruh *Privacy Concern* terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna Shopee. (7) Pengaruh *E-Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* pada pengguna Shopee. (8) Peran Mediasi *E-Satisfaction* antara *Security* dengan *Repurchase Intention*. (9) Peran Mediasi *E-Satisfaction* antara *Ease of Use* dengan *Repurchase Intention*. (10) Peran Mediasi *E-Satisfaction* antara *Privacy Concern* dengan *Repurchase Intention*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Shopee di Kota Padang yang sudah belanja lebih dari dua kali. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner secara online dan pengolahan data dilakukan melalui software SmartPLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Security* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. (2) *Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. (3) *Privacy Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. (4) *Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*. (5) *Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*. (6) *Privacy Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*. (7) *E-Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. (8) *E-Satisfaction* signifikan memediasi hubungan antara *Security* dengan *Repurchase Intention*. (9) *E-Satisfaction* signifikan memediasi hubungan antara *Ease of Use* dengan *Repurchase Intention*. (10) *E-Satisfaction* signifikan memediasi hubungan antara *Privacy* dengan *Repurchase Intention*.

Kata Kunci : *Security, Ease of Use, Privacy concern, Repurchase Intention, E-Satisfaction*