ABSTRAK

Indonesia merupakan negara berkembang yang penduduknya terdiri dari beberapa suku dan budaya yang setiap wilayahnya berbeda – beda, dan perilaku konsumen disetiap negara khususnya negara berkembang pastinya berbeda dibandingkan perilaku konsumen di negara maju. Hal ini merupakan sebuah tantangan yang dihadapi oleh *platform* belanja online untuk masuk ke pasar Indonesia dengan mengembangkan budaya baru dalam hal berbelanja online, serta menumbuhkan kepercayaan kepada konsumen terhadap produk yang ditawarkan agar bisa menarik minat pembelian pada konsumen. Faktor utama yang mempengaruhi kesuksesan suatu perusahaan dalam hal ini merupakan *e-commerce* yaitu kepercayaan yang dirasakan agar para konsumen memiliki minat beli. Tujuan penelitian ini untuk menguji kepercayaan yang dapat dipercaya antara kepercyaan konsumen millennial terhadap Shopee sebagai penyedia vendor penjualan online produk dari luar negeri dalam melakukan transaksi melalui online yang menyebabkan minat pembelian konsumen, khususnya pada konsumen millennial yang dekat dengan perkembangan internet dan menerima informasi baru dalam melakukan transaksi online.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan mengambil sampel dan kuesione sebagai alat utama, Sampel pada penelitian ini adalah Konsumen Shopee. Teknik yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Data terhimpun dalam penelitian ini sebanyak 110 responden. Dengan menggunakan analisis metode *Structural Equation Modeling (SEM).*

Penelitian ini memberikan hasil analisa yang diringkas sebagai berikut: (1) *Price Fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trusting Beliefs.* (2) *Firm's Reputation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trusting Beliefs.* (3) *Uncertainty Avoidance* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Trusting Beliefs.* (4) *Trusting Beliefs* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention.*

Kata Kunci : *Price Fairness, Firm's Reputation, Uncertainty Avoidance, Trusting Beliefs, Purchase Intention.*