

**ABSTRAK**

Judul : **Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen Pada Situs Online Shopee.**  
(dibimbing oleh Ari Anggarani W.P.T)

Nama : Nur Fitri Yunita H.M

Program Studi : Manajemen Bisnis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel *Intervening* pada konsumen situs *online* Shopee di Tanjung Duren Utara, Jakarta Barat. Variabel Independen terdiri atas *E-Service Quality* dan *E-Trust*, variabel dependen terdiri atas Minat Beli Ulang dan variabel *intervening* terdiri atas Kepuasan Konsumen. Penelitian ini dilakukan pada konsumen situs *online* Shopee yang bergerak dibidang penjualan *online/e-commerce* yang berlokasi di Tanjung Duren Utara, Jakarta Barat yang sudah melakukan pembelian sebanyak dua kali atau lebih. Hal yang melatar belakangi penelitian ini dikarenakan penjualan pada situs *online* Shopee memang jelas terus berkembang, dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal apa yang mempengaruhi pembelian kembali konsumen situs *online* Shopee. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 220 orang responden, dengan teknik pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* dengan Teknik penelitian Analisis Jalur (*path Analysis*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada situs *online* Shopee. *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada situs *online* Shopee. *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen, dimana Kepuasan Konsumen terbukti memiliki pengaruh yang lebih kecil dari pada pengaruh langsungnya.

**Kata Kunci : *E-Service Quality*, *E-Trust*, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang**

**ABSTRACT**

**Title** : *The Effect of E-Service Quality and E-Trust on Repurchase Intention through Consumer Satisfaction on Shopee Online Sites.*  
(guided by Ari Anggarani W.P.T)  
**Name** : Nur Fitri Yunita H.M  
**Study program** : *Business Management*

*This study aims to determine the effect of E-Service Quality and E-Trust on Repurchase Interest through Consumer Satisfaction as an Intervening variable on consumers of Shopee online sites in Tanjung Duren Utara, West Jakarta. The independent variable consists of E-Service Quality and E-Trust, the dependent variable consists of Repurchase Interest and the intervening variable consists of Customer Satisfaction. This research was conducted on Shopee online consumer sites engaged in online sales / e-commerce located in Tanjung Duren Utara, West Jakarta, which have made purchases twice or more. The background of this research is because sales on Shopee's online sites clearly continue to grow, in this study aims to find out what influences consumers buyback of Shopee online sites. The samples used are 220 respondents, with a sampling technique that is accidental sampling . The analytical method used in this study is a non probability sampling method with Path Analysis research technique*

*The results of this study indicate that E-Service Quality and E-Trust influence positively and significantly on Consumer Satisfaction on Shopee's online site. E-Service Quality and E-Trust have a positive and significant effect on Repurchase Interest on Shopee's online site. E-Service Quality and E-Trust have a positive but not significant effect on Repurchase Interest through Consumer Satisfaction, where Consumer Satisfaction is shown to have a smaller effect than the direct influence.*

**Keywords:** *E-Service Quality, E-Trust, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention*