

ABSTRAK

Judul : Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Trust* dan *Prior Online Purchase Experience* terhadap *Online Repurchase Intention* Melalui *E-Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Pelanggan Lazada di Wilayah Tangerang

Nama : Nicole Anggid Prabowo

Program Studi : S-1 Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan dan pengalaman berbelanja terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh langsung kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan dan pengalaman berbelanja terhadap niat beli ulang. Pengaruh kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, pengalaman berbelanja terhadap niat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* dengan penentuan jumlah sampel sebanyak 200 responden dengan batas usia minimal 18 tahun dan minimal telah melakukan pembelian di Lazada sebanyak 3 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Jumlah pernyataan yang diajukan kepada responden sebanyak 40 butir pernyataan, yang terdiri dari 10 butir pernyataan kualitas pelayanan elektronik, 6 butir pernyataan kepercayaan, 10 butir pernyataan pengalaman berbelanja, 6 butir pernyataan kepuasan pelanggan dan 8 butir pernyataan niat beli ulang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis deskriptif dan analisis jalur. Hasil penelitian berdasarkan analisis jalur menunjukkan bahwa kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, dan pengalaman berbelanja berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, pengalaman berbelanja dan kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap niat beli ulang. Pengaruh langsung kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, dan pengalaman berbelanja lebih besar daripada pengaruh tidak langsung. Sehingga kepuasan pelanggan tidak dapat menjadi variabel mediasi antara kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan dan pengalaman berbelanja terhadap niat beli ulang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Elektronik, Kepercayaan Elektronik, Pengalaman Berbelanja Online, Kualitas Pelayanan, Niat Beli Ulang.