

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PELANGGAN SITUS LAZADA.CO.ID.**

**(Survei Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran”
Yogyakarta)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh *e- service quality*, harga, kepercayaan terhadap pembelian ulang pada pembelanjaan online. Masalah penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepercayaan dan pembelian ulang pada pembelanjaan online. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi Unissula Semarang sebanyak 100 orang yang terdiri dari mahasiswa semester satu sampai dengan semester lima, dengan menggunakan metode purposive sampling, Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survei melalui wawancara dan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif analisis dan metode menggunakan analisis linear berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi rata-rata melakukan pembelian secara online melalui social media seperti BBM dan Facebook. Hasil analisis data dengan menggunakan PLS menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara nilai utilitarian, kepuasan, kepercayaan terhadap pembelian ulang.

Kata kunci: *e- service quality*, harga, kepercayaan, dan pembelian ulang