

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY, EXPERIENCE, TRUST*, TERHADAP
REPURCHASE INTENTION MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION***

(Survey pada Mahasiswa Pelanggan Sale Stock di Sleman Yogyakarta)

Gunung Gathutkaca

Nim: 141150204

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
(gunungggk@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari variabel *e-service quality, experience, trust*, terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* pada mahasiswa pelanggan sale stock di Sleman, Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah *probability sampling*. Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. Dengan jumlah sampel sebanyak 106 responden. Pengambilan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *e-service quality* berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada pelanggan *fashion* situs Sale Stock di Sleman. (2) *experience* berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada pelanggan *fashion* situs Sale Stock di Sleman. (3) *trust* berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada pelanggan *fashion* situs Sale Stock di Sleman. (4) *e-service quality* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan *fashion* situs Sale Stock di Sleman (5) *experience* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan *fashion* situs Sale Stock di Sleman (6) *trust* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan *fashion* situs Sale Stock di Sleman

Kata Kunci: *e-service quality, experience, trust, repurchase intention, customer satisfaction*