PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SITUS WEB, KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN

(Survei pada Mahasiswa Pengguna Zalora di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta)

SUSY SETIOWATI

NIM. 141160268

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta

(susysetiowati1@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan situs web, dan kepercayaan terhadap niat pembelian ulang dimediasi kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Zalora di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Jenis variabel dalam penelitian ini ada 3 yaitu variabel independen (kualitas pelayanan situs web dan kepercayaan), variabel dependen (niat pembelian ulang), dan variabel mediasi (kepuasan pelanggan). Populasi dalam penelitian adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta yang melakukan registrasi ulang yaitu semester satu sampai dengan semester delapan. Jumlah sampel sebanyak 150 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Pembangunan). Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan teknik *cluster sampling proportional* dan juga menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria telah melakukan pembelian secara *online* minimal 2 kali di situs Zalora. Metode analisis penelitian ini menggunakan metode *structural equation modelling* (SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas pelayanan situs web berpengaruh langsung positif terhadap niat pembelian ulang pada mahasiswa pengguna Zalora di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta, (2) Kepercayaan berpengaruh langsung positif terhadap niat pembelian ulang pada mahasiswa pengguna Zalora di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

UPN “Veteran” Yogyakarta, (3) Kualitas pelayanan situs web berpengaruh tidak langsung positif terhadap niat pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Zalora di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta, (4) Kepercayaan berpengaruh tidak langsung positif terhadap niat pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna Zalora di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta.

Kata kunci:kualitas pelayanan situs web, kepercayaan, kepuasan pelanggan, niat pembelian ulang mahasiswa pengguna Zalora