

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh *Customer Trust*, *Customer Satisfaction*, dan *Online Store Atmosphere* terhadap *Repurchase Intention* pelanggan Hamzah Batik Online. Hamzah Batik Online merupakan *e-commerce* yang dirilis oleh Hamzah Batik pada Oktober 2021 dan tercetus karena adanya pandemi Covid-19 yang membuat perusahaan mengalami penurunan pendapatan yang sangat signifikan karena aspek pariwisata sempat ditutup akibat pandemi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda menggunakan software IBM SPSS Statistics 24, dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan Hamzah Batik Online yang berjumlah 100 responden sebagai sampel penelitian. Skala Likert digunakan dalam pengumpulan data untuk menganalisis besarnya pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependennya. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa (1) *customer trust*, *customer satisfaction*, dan *online store atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention*. (2) *customer trust* tidak berpengaruh terhadap *repurchase intention*, (3) *customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel *repurchase intention*, dan (4) *online store atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention*.

Kata kunci: *customer trust*, *customer satisfaction*, *online store atmosphere*, *repurchase intention*