

ABSTRAKSI

"Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap *Customer Perceived Value*, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Pembelian Ulang (Studi pada mahasiswa Administrasi Bisnis FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta Angkatan 2018 – 2021 pada Pelanggan ShopeeFood)," oleh Diyena Salma Haya (Nomor Induk Mahasiswa: 152180062), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 2023. Dosen Pembimbing I Dr. Humam Santoso Utomo, S. Sos., M.AB dan Dosen Pembimbing II Dr. Ida Susi Dewanti, S.Sos., M.Si.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap *Customer Perceived Value*, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Pembelian Ulang. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explanatory research*. Populasi penelitian adalah mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis antara tahun 2018 dan 2021 dan telah menggunakan ShopeeFood setidaknya dua kali dalam kurun waktu setahun terakhir. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 90 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Analisis statistik deskriptif dan inferensial digunakan sebagai teknik analisis data. Dalam penelitian ini, pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dikombinasikan dengan analisis *Partial Least Squares* (PLS) digunakan untuk analisis (PLS).

Penelitian ini menemukan bahwa *Customer Perceived Value* secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan elektronik yang mereka terima. variabel Kualitas Layanan Elektronik memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Niat Pembelian Ulang, variabel *Customer Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel *Customer Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli Ulang, variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli Ulang; variabel kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan melalui *Customer Perceived Value*, kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap niat beli ulang melalui kepuasan, *Customer Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang melalui kepuasan.

Berdasarkan hasil penelitian, layanan ShopeeFood berpengaruh pada keuntungan karena dapat meningkatkan standar kualitas layanan elektronik yang diyakini konsumen akan tersedia kepuasan pelanggan dan niat pembelian ulang, salah satu cara yang dapat dilakukan dengan pemberian jaminan pada pelanggan jika layanan yang diberikan tidak sesuai. ShopeeFood sebagai perusahaan di bidang jasa, dapat meningkatkan *customer perceived value* dengan cara membuat kemasan khusus ShopeeFood yang ramah lingkungan dan juga membawa pesananan dengan menggunakan box khusus agar makanan tetap terjaga dengan baik untuk meningkatkan nilai sosial. Selain itu, pihak ShopeeFood juga perlu memperhatikan dan melayani sesuai dengan harapan pelanggan agar terciptanya keinginan pelanggan untuk membeli ulang.

Kata Kunci : Kualitas Layanan Elektronik, *Customer Perceived Value*, Kepuasan, dan Niat Pembelian Ulang.