

ABSTRAK

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN *SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* TOKOPEDIA

(Survey pada Mahasiswa Pelanggan Tokopedia di Yogyakarta)

Vidia Nurul RahmaTillah

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

Email : vidianrll@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh “Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Trust* dan *Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Mahasiswa Pelanggan Tokopedia di Yogyakarta”. Penelitian ini merupakan penelitian survey, dengan alat pengumpulan datanya adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pada kampus yang ada di kota Yogyakarta yang menggunakan Tokopedia.. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 100 responden dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: 1) *E-Service Quality* tidak berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Tokopedia. 2) *E-Trust* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Tokopedia, 3) *Satisfaction* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Tokopedia, 4) *E-Service Quality*, *E-Trust* dan *Satisfaction* secara bersama-sama berpengaruh positif berpengaruh terhadap *Repurchase intention* pada pelanggan Tokopedia di Yogyakarta.

Kata Kunci :) *E-Service Quality*, *E-Trust*, *Satisfaction* dan *Repurchase intention*.