

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *PRICE PERCEPTION*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi pada Konsumen Layanan *Online Food Delivery* GoFood di**

**Yogyakarta)**

Rizki Ramadanni

NIM. 141200244

Email : [141200244@student.upnyk.ac.id](mailto:141200244@student.upnyk.ac.id)

Dosen Pembimbing :

Dr. Nina Fapari Arif, SE., M.Si.

**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas pengaruh *e-service quality* dan *price perception* terhadap *repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada konsumen layanan *online food delivery* GoFood di Yogyakarta. Data pada penelitian ini diambil dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer dari jawaban sebanyak 100 responden konsumen layanan *online food delivery* GoFood di Yogyakarta dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dihitung dengan menggunakan skala *likert* dan kemudian dianalisis menggunakan PLS pada software SMART PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*, (2) *price perception* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*, (3) *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention*, (4) *price perception* berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention*, (5) *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *repurchase intention*, (6) *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*, (7) *price perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*.

**Kata Kunci :** *E-Service Quality, Price Perception, Repurchase Intention, Customer Satisfaction.*