

## ABSTRAK

### **PENGARUH *ELECTRONIC SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *CUSTOMER TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PLATFORM *E-COMMERCE SHOPEE* INDONESIA**

**(Studi Kasus pada Konsumen *E-Commerce Shopee* di Tangerang Selatan)**

Asyila Shamara Nugroho<sup>1)</sup>, Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA<sup>2)</sup>

<sup>3)</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>4)</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *electronic service quality*, *customer satisfaction*, dan *customer trust* terhadap *repurchase intention* pada platform *e-commerce* Shopee Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian minat beli kembali (*repurchase intention*) konsumen pada platform *e-commerce* Shopee yang berdomisili di Kota Tangerang Selatan. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti dan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pengambilan sampel sebanyak 144 sampel. Data sampel atau responden akan diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan menerapkan metode Analisis Regresi Linear Berganda, yang kemudian diolah menggunakan software IBM SPSS Statistic Versions 27 untuk pengolahan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Customer Satisfaction*, dan *Customer Trust* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*, sedangkan variabel *Electronic Service Quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Repurchase Intention*.

**Kata Kunci:** *Shopee*, *Electronic Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Customer Trust*, *Repurchase Intention*, Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen