ABSTRACT

This research was to determine the effect of service quality, consumer confidence and purchasing experience on buying interest back through an online sites Bukalapak. The object of this research is the students of the Faculty of Economics and Business, University of Mercu Buana, Jakarta ever to purchase products at online sites Bukalapak. This study was conducted on 160 respondents using a quantitative approach. Data collection techniques used are questionnaires and using convenience sampling for sampling. Analysis of the data used is SEM where the data processing using SmartPLS program version 3.0.

The results showed that the variable quality of service and purchasing experience having an buying interest back significantly on consumer online site Bukalapak. While consumer confidence variables did not significantly affect consumer buying interest in the site back online Bukalapak. This is evidenced from the results of hypothesis testing inner bootstrapping models.

Keywords: service quality, trust, experience purchasing, repurchase intention

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, dan pengalaman pembelian terhadap minat beli kembali melalui situs *online* Bukalapak. Objek penelitian ini adalah mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta yang pernah melakukan pembelian produk di situs *online* Bukalapak. Penelitian ini dilakukan terhadap 160 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan dengan menggunakan *convenience sampling* untuk pengambilan sampel. Analisis data yang digunakan adalah SEM dimana dalam pengolahan datanya menggunakan program SmartPLS versi 3.0.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan pengalaman pembelian berpegaruh signifikan terhadap minat beli kembali konsumen di situs *online* Bukalapak. Sementara variabel kepercayaan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli kembali konsumen di situs *online* Bukalapak. Hal ini dibuktikan dari hasil uji hipotesis *bootstrapping*.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepercayaan, pengalaman pembelian, minat beli kembali

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id