

ABSTRACT

This research is to know the influence of trust, service quality and service quality to buy interest at online shopping site Lazada.co.id. The object of this research is the students of the Faculty of Economics and Business of regular class 1 Mercu Buana University, West Jakarta who have made a purchase of product on online shopping site Lazada.co.id. This research was conducted on 170 respondents by using quantitative approach. Data completion technique used in this research is questionnaire and by using convenience sampling for sampling. The method of analysis used is multiple linear regression, where in the data processing using SPSS program.

From result of significance test of individual parameter (t test) show quality and customer satisfaction signifikan to interest buy back. While the trust is not significant on the interest to buy back.

Keywords: Ttrust, Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention



ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas layanan dan kualitas layanan terhadap minat beli kembali pada situs belanja *online* Lazada.co.id. Objek penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis kelas reguler 1 Universitas Mercu Buana, Jakarta Barat yang pernah melakukan pembelian produk di situs belanja *online* Lazada.co.id. Penelitian ini dilakukan terhadap 170 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan dengan menggunakan *convenience sampling* untuk pengambilan sampel. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dimana dalam pengolahan datanya menggunakan program SPSS.

Dari hasil uji signifikansi parameter individu (uji t) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat beli kembali. Sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli kembali.

Kata kunci: Kepercayaan, Kualitas Layanan, Minat Beli Kembali

