

## ABSTRACT

*This study aims to examine and analyze the effect of satisfaction and e-service quality on consumer trust towards repurchase intention in e-commerce industry. Research data is primary data derived from online questionnaires sent to consumers which at least had done transaction in Lazada E-commerce. Sampling numbers in this research are 180 respondents and the analysis method used is SEM (Structural Equation Modelling) with AMOS 24 Software. The result of this research showed Trust is able to mediate satisfaction and e-service quality with repurchase intention in e-commerce industry. Repurchase intentions is key value of e-commerce success. The study provide evidence that trust can is built through customer satisfaction and e-service quality.*

**Keywords** - *Satisfaction, e-service quality, trust, e-commerce, repurchase intention*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh dari kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan elektronik terhadap kepercayaan konsumen dan minat pembelian ulang pada industri *e-commerce*. Data penelitian merupakan data primer yang didapat dari pengolahan data kuesioner yang diisi oleh konsumen yang pernah bertransaksi di Lazada paling tidak satu kali. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 180 responden dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SEM dengan olah data menggunakan software AMOS 24. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan juga terhadap minat pembelian ulang konsumen. Selain itu kepercayaan konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang di situs *e-commerce* Lazada.

**Kata Kunci** - Kepuasan, Kualitas Pelayanan Elektronik, Kepercayaan, *e-commerce*, Minat Beli Ulang

