

## ABSTRAK

Penyebaran virus Covid-19 memberikan dampak yang besar bagi masyarakat. Dampak dari virus Covid-19 membuat jumlah penggunaan internet dan layanan online food delivery meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2021 terjadi perbaikan ekonomi hampir di semua sektor. Dan pada tahun 2022 berbagai aspek kehidupan pasca pandemic Covid-19 telah berangsur-angsur membaik. Go-Food merupakan salah satu fitur dari aplikasi pesan antar makanan yang disediakan oleh Gojek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Online Shopping Experience dan Online Shopping Habbit terhadap Repurchase Intention dengan E-Satisfaction sebagai variabel mediasi pada layanan pesan antar makanan Go-Food. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di DKI Jakarta yang telah melakukan pembelian minimal dua kali dilayanan pesan antar makanan Go-Food dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 108 responden dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Online Shopping Experience* dan *Online Shopping Habbit* terhadap *Repurchase Intention* dengan *E-Satisfaction* sebagai variabel mediasi berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci : Online Shopping Experience, Online Shopping Habbit, E-Satisfaction, Repurchase Intention.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

*The spread of the Covid-19 virus had a major impact on society. The impact of the Covid-19 virus has made the number of internet usage and online food delivery services increase in recent years. In 2021 there was an economic improvement in almost all sectors. And in 2022 various aspects of life after the Covid-19 pandemic have gradually improved. Go-Food is one of the features of the food delivery application provided by Gojek. This study aims to analyze the effect of Online Shopping Experience and Online Shopping Habbit on Repurchase Intention With E-Satisfaction as a mediating variable in the Go-Food delivery service. The population in this study were people in DKI Jakarta who had made at least two purchase at the Go-Food delivery service and the sample number used was 108 respondents and the analysis technique used in this study was to Partiqal Least Square (PLS)analysis. The results of this study show that Online Shopping Experience and Online Shopping Habbit on Repurhase Intention with E-Satisfaction as a mediation variable have a positive and significant effect.*

*Keywords : Online Shopping Experience, Online Shopping Habbit, E-Satisfaction, Repurchase Intention.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA