

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas desain, kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan terhadap niat pembelian ulang pada Tokopedia di Indonesia. Objek penelitian ini adalah situs *e-commerce* Tokopedia di Indonesia.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Terdapat 139 responden dengan kriteria penduduk di Pulau Jawa yang memiliki pengalaman melakukan belanja *online* minimal satu kali melalui situs *e-commerce* Tokopedia di Indonesia. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis data regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ketujuh hipotesis menunjukkan pengaruh secara positif dan signifikan. Pengaruh paling besar ditunjukkan oleh kepuasan konsumen pada niat pembelian ulang, sedangkan pengaruh paling kecil ditunjukkan oleh kualitas layanan pada kepercayaan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas desain situs, kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan, niat pembelian ulang.

ABSTRACT

This research is aim to research the effect of website desain quality , service quality, trust, satisfaction on repurchase intention on Tokopedia e-commerce site in Indonesia. The object of this research is Tokopedia e-commerce site in Indonesia.

The data were collected by using non-probability sampling with purposive sampling. There are 139 respondents of the population of Java Island that already had the experiences of doing shopping online at least once trough the Tokopedia e-commerce site in Indonesia. The method of research are using quantity method with simple linear regression analysis.

Research result show that, the seven hypotheses show the positive effect and signification. The greatest influence is shown by consumer satisfaction on purchasing intention, while the smallest influence is shown by the quality service on consumer trust.

Keyword: website desain quality, service quality, trust, satisfaction, repurchase intention.