



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian dimasa mendatang dimana layanan pelanggan dan beberapa aktivitas logistik seperti pengiriman, pelacakan, dan pengembalian serta layanan pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut. Responden dari penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang berdomisili di Pulau Jawa dengan pernah melakukan pembelian daring pada papan pasar daring minimal satu kali dalam satu tahun terakhir. Obyek riset dalam penelitian ini adalah tiga papan pasar daring terbesar di Indonesia yaitu, Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.

Penulis berhasil mengumpulkan 500 responden yang telah berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini. Responden tersebut tersebar di seluruh provinsi yang terdapat di Pulau Jawa. Penelitian ini akan menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dan juga *Purposive Sampling* untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini terdapat 2 metode regresi yaitu regresi linear berganda dan regresi linear sederhana.

Penelitian ini menemukan bahwa layanan pelanggan, pengiriman, pelacakan dan pengembalian memiliki pengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Dan juga kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif pada niat pembelian pada masa mendatang.

Kata kunci: Niat Pembelian di Mendatang, Kepuasan Pelanggan, Layanan Pelanggan, Pengiriman, Pelacakan, Pengembalian



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of customer satisfaction on customer purchase intentions in the future, affected by customer service and logistical activities such as shipping, return, and tracking. Respondents of this study are Indonesian citizens who live in Java and have spent on e-commerce at least once in the past year. The research objects in this study are the three largest e-commerce in Indonesia, Shopee, Tokopedia, and Bukalapak.

The author managed to collect 500 respondents who participated in filling out the research questionnaire. The respondents are spread across all provinces in Java Island. This research will use the method of Non-Probability Sampling and also purposive sampling for data collection. In this study, there are 2 regression methods, multiple linear regression and simple linear regression.

This study found that customer service, shipping, tracking and return have a positive influence on customer satisfaction. And also customer satisfaction has a positive influence on future purchase intentions.

Keywords : Future Purchase Intentions, Customer Satisfaction, Customer Service, Shipping, Tracking, Return