

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat perilaku konsumen dalam melakukan niat pembelian ulang pada e-commerce yang dipengaruhi oleh kualitas layanan elektronik, kepercayaan konsumen, dan kepuasan konsumen. Dasar dilakukan penelitian ini adalah karena adanya penurunan jumlah kunjungan, keluhan konsumen pada *e-commerce* Blibli, serta adanya inkonsistensi hasil dari penelitian terhadulu. Objek yang diteliti yaitu *e-commerce* Blibli.com dengan pengambilan sampel menggunakan kuesioner yang disebar melalui google form. Kriteria responden yang digunakan yaitu berusia 17 tahun dan pernah melakukan minimal 1 kali transaksi di Blibli.com. Total kuesioner yang dikembalikan sebanyak 213 kemudian disesuaikan dan dieliminasi menjadi 200 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis SEM (*Structural Equation Model*) dengan program AMOS. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh terhadap niat pembelian ulang dan kepuasan konsumen. Kepercayaan konsumen memiliki pengaruh terhadap niat pembelian ulang dan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap niat pembelian ulang. Kualitas layanan elektronik menjadi variabel dengan pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen dan niat pembelian ulang.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Elektronik, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Niat Pembelian Ulang

FEB UNDIP