

ABSTRAK

Berkembang nya era digital secara pesat merupakan fenomena yang timbul karena pada dasarnya manusia memiliki kebutuhan untuk efisiensi dan praktis dalam segala hal. Dampak dari berkembang nya era digital mencakup beberapa aspek baik positif maupun negative. Salah satu contoh perkembangan pada era digital adalah berkembangnya teknologi pada bidang jual beli yang dilakukan dengan *platform online*, dan sebagai contoh adalah *platform* Shopee.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara citra merek, ulasan komentar online, dan kualitas produk terhadap niat membeli Kembali dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan *Grace and Glow* di platform Shopee, Kota Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 150 responden yang pernah membeli produk *Grace and Glow* melalui Shopee. Data dianalisis menggunakan program AMOS 24.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, ulasan komentar online, dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli Kembali. Kepuasan pelanggan terbukti memediasi hubungan antara citra merek, ulasan komentar online, dan kualitas produk terhadap niat membeli Kembali. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen *Grace and Glow* dalam meningkatkan strategi pemasaran untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Citra Merek, Ulasan Komentar Online, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Niat membeli Kembali, *Grace and Glow*, Shopee

SEMARANG
FEB UNDIP