

ABSTRAK

Perkembangan teknologi, komunikasi dan informasi yang pesat di dunia membuat sebuah bisnis harus mengadaptasi perubahan teknologi salah satunya memanfaatkan internet dengan *E-commerce*. *E-Commerce* dapat memberikan kontribusi bagi UMKM seperti memperluas pangsa pasar, mengurangi biaya operasional seperti biaya sewa toko, biaya pemasaran dan logistik, dan lainnya. Pertumbuhan *e-commerce* yang tinggi di Indonesia meningkatkan peluang sekaligus memperketat persaingan. Salah satu *e-commerce* yang berkembang di Indonesia yaitu Tokopedia. Tokopedia selalu berada di peringkat pertama *e-commerce* yang sering dikunjungi tiap bulannya dan selalu mendapatkan predikat *Top Brand* pada ajang *Top Brand Award*. Meskipun selalu mendapatkan predikat *Top Brand*, Tokopedia masih belum dapat menjadi posisi pertama. Bahkan pada tahun 2019 dan 2020 Top Brand Indeks (TBI) Tokopedia menurun. Tokopedia juga diduga mengalami penurunan Minat Beli Ulang yang ditunjukkan dengan penurunan jumlah pengunjung pada web mereka. Selain itu, masih terdapat banyak keluhan dari konsumen yang telah berbelanja di Tokopedia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kemudahan Penggunaan, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan Elektronik terhadap Minat Beli Ulang dengan menggunakan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi pada konsumen Tokopedia di Semarang. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sample. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 125 responden dengan kriteria antara lain responden pernah melakukan pembelian di Tokopedia minimal satu kali, berdomisili di Kota Semarang, dan berusia 17-58 tahun. Data penelitian ini diperoleh dengan membagikan kuesioner secara online melalui *google form*. Terdapat empat hipotesis dalam penelitian ini yang dianalisis dan diuji dengan teknik analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan program *Analysis of Moment Structure* (AMOS).

Hasil dari pengujian terhadap empat hipotesis yang diajukan menunjukkan bahwa keempat hipotesis diterima, yaitu Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang

Kata Kunci : Kemudahan Penggunaan, Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan Elektronik, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang