

ABSTRAK

Berubahnya gaya hidup masyarakat dimana mulanya berbelanja secara *offline* secara signifikan menciptakan peningkatan pasar *online* dikarenakan banyak masyarakat yang berbelanja secara *online* atau *online shopping*, keberadaan *online shop* sangatlah membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan, terutama sekarang banyak berkembang inovasi *online shop* dengan sebutan *marketplace* dan *e-commerce*. Tujuan penelitian berikut ialah guna menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik, kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan, serta niat mengunjungi website kembali terhadap minat pembelian ulang pada customer shopee.

Penelitian berikut menggunakan landasan teori Stimulus-Response (S-R) behaviorisme, Teori E-commerce, Teori Perilaku Konsumen. Adapun teknik analisis data penelitian menggunakan sampel sebanyak 100 lalu dianalisis menggunakan alat analisis SEM (*Structural Equation Modeling*). Hasil penelitian memperlihatkan bahwasanya Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi website kembali serta minat pembelian ulang, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang, serta minat mengunjungi website kembali berpengaruh positif terhadap minat pembelian ulang.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan Elektronik;Kepercayaan Pelanggan;Kepuasan Pelanggan;Minat Mengunjungi Website Kembali;Minat Pembelian Ulang*

FEB UNDIP