

ABSTRAK

Beberapa tahun terakhir industri e-commerce di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal ini selaras dengan peningkatan jumlah pengguna internet dari tahun 2015-2023 oleh APJII yang secara konsisten mengalami peningkatan. Namun menurut Top Brand Award, situs tokopedia justru mengalami penurunan pada tahun 2021-2023 sedangkan shopee terus mengalami peningkatan. Padahal Tokopedia dan Shopee memulai bisnis di tahun yang sama. Selain fenomena tersebut, terjadi inkonsistensi dari penelitian terdahulu antara kualitas layanan elektronik terhadap niat membeli kembali. Dari fenomena dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk menjawab kesenjangan antara kualitas layanan elektronik terhadap niat membeli kembali pada pengguna situs tokopedia melalui WoM elektronik dan kepuasan pelanggan sebagai mediasi.

Penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara tatap muka dengan kuisioner fisik kepada masyarakat Kota Semarang yang sudah pernah melakukan pembelian di situs Tokopedia. Pengukuran sampel dalam kuisioner menggunakan skala likert (5 poin) dan total data yang didapatkan ada 100 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan PLS (Partial Least Square) melalui software SmartPLS 3.0.

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik tidak memiliki pengaruh terhadap niat membeli kembali. Namun, hubungan kualitas layanan elektronik dan niat membeli kembali bernilai positif tidak signifikan apabila di mediasi oleh kepuasan pelanggan. Kualitas layanan elektronik dan WoM elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kepuasan pelanggan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap niat membeli kembali, dan WoM elektronik berpengaruh positif tidak signifikan terhadap niat membeli kembali dengan mediasi kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Layanan Elektronik, WoM Elektronik, Kepuasan Pelanggan, Niat Membeli Kembali.