

ABSTRAK

Michael (01011190029)

DAMPAK CITRA MEREK, IKLAN, KUALITAS LAYANAN YANG DIPERSEPSIKAN PADA NIAT PEMBELIAN ULANG DAN *E-WOM* YANG DIMEDIASI OLEH PENGALAMAN KONSUMEN TOKO *ONLINE SHOPEE*

(xvi + 160 halaman; 32 tabel, 7 gambar, 3 lampiran)

Tujuan pada penelitian ini yaitu guna mengetahui pengaruh dari Citra Merek terhadap Pengalaman Konsumen, Iklan terhadap Pengalaman Konsumen, Kualitas Layanan terhadap Pengalaman Konsumen, Pengalaman Konsumen terhadap Niat Pembelian Ulang, Pengalaman Konsumen terhadap *E-WOM*, serta mengetahui pengaruh Pengalaman Konsumen yang memediasi Citra Merek pada Niat Pembelian Ulang, Pengalaman Konsumen yang memediasi Iklan pada Niat Pembelian Ulang, Pengalaman Konsumen yang memediasi Kualitas Layanan pada Niat Pembelian Ulang, Pengalaman Konsumen yang memediasi Citra Merek pada *E-WOM*, Pengalaman Konsumen yang memediasi Iklan pada *E-WOM*, dan Pengalaman Konsumen yang memediasi Kualitas Layanan pada *E-WOM*. Penelitian ini memakai teknik pengumpulan sampel *non-probability sampling – purposive sampling*. Hasil pada pengujian hipotesis menandakan bahwa seluruh hipotesis didukung, yaitu: Citra Merek memiliki pengaruh positif terhadap Pengalaman Konsumen toko *online* Shopee, Iklan memiliki pengaruh positif terhadap Pengalaman Konsumen toko *online* Shopee, Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif terhadap Pengalaman Konsumen toko *online* Shopee, Pengalaman Konsumen memiliki pengaruh positif terhadap Niat Pembelian Ulang Konsumen toko *online* Shopee, Pengalaman Konsumen memiliki pengaruh positif terhadap *E-WOM* Konsumen toko *online* Shopee, Pengalaman Konsumen memediasi secara positif Citra Merek pada Niat Pembelian Ulang konsumen toko *online* Shopee, Pengalaman Konsumen memediasi secara positif Iklan pada Niat Pembelian Ulang Konsumen toko *online* Shopee, Pengalaman Konsumen memediasi secara positif Kualitas Layanan pada Niat Pembelian Ulang Konsumen toko *online* Shopee, Pengalaman Konsumen memediasi secara positif Citra Merek pada *E-WOM* Konsumen toko *online* Shopee, Pengalaman Konsumen memediasi secara positif Iklan pada *E-WOM* konsumen toko *online* Shopee, dan Pengalaman Konsumen memediasi secara positif Kualitas Layanan pada *E-WOM* Konsumen toko *online* Shopee.

Keywords: Citra Merek; Iklan; Kualitas Layanan; Pengalaman Konsumen; Niat Pembelian Ulang; *Electronic Word of Mouth*.

Referensi: 99