

ABSTRAK

Gabriella Vabiola (01619220036)

Pengaruh Website Quality Yang Dipengaruhi Oleh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang *E-commerce* IKEA Di Jabodetabek

(xv + 89 halaman; 8 gambar; 19 tabel; 3 lampiran)

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-Service quality*, *information quality*, dan *system quality* terhadap *customer satisfaction* dan *repurchase intention*. Populasi penelitian ini adalah individu yang sebelumnya pernah melakukan transaksi melalui *E-commerce* IKEA Indonesia. Berdomisili di Jakarta, Bogor, Tangerang, Depok, dan Bekasi. Sebanyak 195 responden disurvei menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan PLS-SEM. Temuan penelitian adalah *E-Service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* dan *repurchase intention*. Sementara *information quality* dan *system quality* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction* dan tidak berpengaruh terhadap *repurchase intention*. Studi ini memberikan masukan untuk *E-commerce* IKEA supaya dapat memperkirakan secara lebih akurat perilaku pembelian pelanggan mereka di masa depan dan dapat mengelola aset dan aktivitas pemasaran mereka.

Kata Kunci: Kualitas Sistem; Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Elektronik, Kepercayaan Online, Niat Beli Ulang; Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Gabriella Vabiola (01619220036)

Pengaruh Website Quality Yang Dipengaruhi Oleh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang *E-commerce* Ikea Di Jabodetabek.

(xv + 89 pages; 8 figures; 19 tables; 3 appendices)

Abstract: This research aims to analyzed the effect of system quality, information quality, system quality towards *customer satisfaction* and repurchase intention. The population of this research is an individual who have previously made transactions through the IKEA Indonesia *E-commerce* account. Residing in Jakarta, Bogor, Tangerang, Depok, and Bekasi. A total of 195 respondents were surveyed using questionnaires. The sampling technique employed was purposive sampling. Data was analysed using PLS-SEM. The research findings are *E-Service quality* have a positive effect to *customer satisfaction* and repurchase intention. *Information quality* and system quality have no effect to *customer satisfaction*. *customer satisfaction*, e-trust, *information quality* have no effect to *customer satisfaction* and repurchase intention. This study enables brands to more accurately forecast the future purchasing behaviour of their customers and provides clarity in managing their assets and marketing activities.

Keywords: System Quality; Information Quality; E-Service quality; E-Trust; *Repurchase intention*