

## **ABSTRACT**

**FANY**

**03011210024**

### **THE INFLUENCE OF WEB DESIGN, E-CUSTOMER SERVICE, SECURITY, AND FULFILLMENT TOWARD CUSTOMER SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION AT BUKALAPAK IN MEDAN**

(xv+107 pages; 3 figures; 35 tables; 7 appendixes)

The huge number of elective e-commerce choices that customers can utilize with the same assortment of offers implies that buyer visits and buys at Bukalapak don't meet desires and are still remote from being compared to a few other e-commerce locales. The low number of consumers who return to Bukalapak to make purchases is known to arise because of unhappiness with their purchase and an unpleasant experience, which prompts them to switch to other e-commerce sites. The purpose of this study is to evaluate between Web Design, E-Customer Service, Security, Fulfillment has the influence on Customer Satisfaction and Repurchase Intention of Bukalapak customers in Medan.

In this study, both primary and secondary data are employed; questionnaires are delivered to Bukalapak customers in Medan, and data is validated and reliability tested. This study uses non-probability sampling, specifically purposive sampling. The data is analyzed with SPSS 25.00. The data is also examined using multiple linear regression and linear regression.

The study has indicated that web design, e-customer service, security, and fulfillment have simultaneously affected customer satisfaction at Bukalapak in Medan. Then partially, web design is having significant influence toward customer satisfaction at Bukalapak in Medan, e-customer service is not having significant influence toward customer satisfaction at Bukalapak in Medan, security is not having significant influence toward customer satisfaction at Bukalapak in Medan, fulfillment is having significant influence towards customer satisfaction at Bukalapak in Medan, besides that, customer satisfaction of Bukalapak is having significant influence towards repurchase intention of Bukalapak customers in Medan.

Keywords: Web Design, E-Customer Service, Security, Fulfillment, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.

## **ABSTRAK**

**FANY**

**03011210024**

***PENGARUH DESAIN WEB, LAYANAN PELANGGAN, KEAMANAN, DAN***

***PEMENUHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN NIAT***

***PEMBELIAN KEMBALI PADA BUKALAPAK DI MEDAN***

*(xv+107 halaman; 3 gambar; 35 tabel; 7 lampiran)*

*Banyaknya pilihan alternatif e-commerce yang dapat digunakan konsumen dengan variasi penawaran yang sama membuat kunjungan dan pembelian konsumen di Bukalapak belum sesuai ekspektasi dan masih jauh dibandingkan dengan beberapa situs e-commerce lainnya. Rendahnya jumlah konsumen yang melakukan kunjungan untuk melakukan pembelian kembali di Bukalapak diketahui terjadi karena adanya ketidakpuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan adanya pengalaman tidak menyenangkan yang menyebabkan mereka mulai beralih ke e-commerce lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi antara Desain Web, Layanan Pelanggan, Keamanan, Pemenuhan yang mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan Pembelian Kembali pada pelanggan Bukalapak di Medan.*

*Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini, kuesioner disebarikan kepada pelanggan Bukalapak di Medan, data diukur dengan uji validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menggunakan non-probability sampling, yaitu purposive sampling. Data akan dianalisis menggunakan SPSS 25.00. Pengujian data menggunakan regresi linier berganda, regresi.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain web, layanan pelanggan, keamanan, pemenuhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan di Bukalapak Medan. Serta, design web memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial di Bukalapak Medan, pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial di Bukalapak Medan, keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial di Bukalapak Medan, pemenuhan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial di Bukalapak Medan, namun kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian kembali secara partial pada pelanggan Bukalapak di Medan.*

***Kata Kunci: Desain Web, Layanan Pelanggan, Keamanan, Pemenuhan, Kepuasan Pelanggan, Niat Membeli Kembali***