

ABSTRAK**PENGARUH SIKAP TERHADAP PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK PADA NIAT MENGGUNAKAN ULANG SHOPEEPAY DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**

Boby Wibowo
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh sikap terhadap promosi penjualan dan kualitas pelayanan elektronik pada niat menggunakan ulang ShopeePay, 2) peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh sikap terhadap promosi penjualan dan kualitas pelayanan elektronik pada niat menggunakan ulang ShopeePay. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah menggunakan ShopeePay. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *partial least square* menggunakan SmartPLS versi 3.3.3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) sikap terhadap promosi penjualan tidak berpengaruh pada niat menggunakan ulang ShopeePay, 2) kualitas pelayanan elektronik berpengaruh positif pada niat menggunakan ulang ShopeePay, 3) kepuasan pelanggan memediasi penuh pengaruh sikap terhadap promosi penjualan pada niat menggunakan ulang ShopeePay, 4) kepuasan pelanggan memediasi sebagian pengaruh kualitas pelayanan elektronik pada niat menggunakan ulang ShopeePay.

Kata kunci: sikap terhadap promosi penjualan, kualitas pelayanan elektronik, kepuasan pelanggan, niat menggunakan ulang, dan ShopeePay.

ABSTRACT**THE INFLUENCE OF ATTITUDE TOWARD SALES PROMOTION AND ELECTRONIC SERVICE QUALITY ON RE-USE INTENTION OF SHOPEEPAY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE**

Boby Wibowo
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2021

This study aims to determine: 1) the influence of attitude toward sales promotion and electronic service quality on re-use intention of ShopeePay, 2) the role of customer satisfaction in mediating the effect of attitude toward sales promotion and electronic service quality on re-use intention of ShopeePay. The population in this study was all people who had used ShopeePay. The data were obtained by distributing questionnaire to 100 respondents. The sampling technique used in this study was purposive sampling. The technique of data analysis used in this study was partial least square using SmartPLS v. 3.3.3. The result shows that: 1) attitude toward sales promotion has no effect on re-use intention of ShopeePay, 2) electronic service quality has a positive effect on re-use intention of ShopeePay, 3) customer satisfaction fully mediates the effect of attitude towards sales promotion on re-use intention of ShopeePay, 4) customer satisfaction partially mediates the effect of electronic service quality on re-use intention of ShopeePay.

Keywords: attitude toward sales promotion, electronic service quality, customer satisfaction, re-use intention, and ShopeePay.