

ABSTRAK

MINAT BELI ULANG KONSUMEN DI LOKAPASAR: PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK, PROMOSI DARI MULUT KE MULUT MELALUI MEDIA ELEKTRONIK, DAN KEPUASAN KONSUMEN

Amara Divi Andjani Samodra
Prodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2026

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh kualitas layanan elektronik pada kepuasan konsumen, 2) pengaruh promosi dari mulut ke mulut melalui media elektronik pada kepuasan konsumen, 3) pengaruh kepuasan konsumen pada minat beli ulang, 4) pengaruh kualitas layanan elektronik pada minat beli ulang, 5) pengaruh promosi dari mulut ke mulut melalui media elektronik pada minat beli ulang, 6) pengaruh kualitas layanan elektronik pada minat beli ulang dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 7) pengaruh promosi dari mulut ke mulut melalui media elektronik pada minat beli ulang dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Tokopedia di D.I Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan 180 responden sebagai sampel dan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kualitas layanan elektronik berpengaruh positif pada kepuasan konsumen, 2) Promosi dari mulut ke mulut melalui media elektronik berpengaruh positif pada kepuasan konsumen, 3) Kepuasan konsumen berpengaruh positif pada minat beli ulang, 4) Kualitas layanan elektronik berpengaruh positif pada minat beli ulang, 5) Promosi dari mulut ke mulut melalui media elektronik tidak berpengaruh pada minat beli ulang, 6) Kualitas layanan elektronik berpengaruh positif pada minat beli ulang dengan dimediasi sebagian (*complementary partial mediation*) oleh kepuasan konsumen, 7) Promosi dari mulut ke mulut melalui media elektronik berpengaruh positif pada minat beli ulang dengan dimediasi penuh (*indirect only -full mediation*) oleh kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas layanan elektronik, promosi dari mulut ke mulut melalui media elektronik, kepuasan konsumen, dan minat beli ulang

ABSTRACT

CONSUMER REPURCHASE INTENTION IN MARKETPLACE: THE EFFECT OF ELECTRONIC SERVICE QUALITY, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, AND CONSUMER SATISFACTION

Amara Divi Andjani Samodra
Management Study Program Faculty of Business and Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2026

This study aims to determine: 1) the effect of electronic service quality on consumer satisfaction, 2) the effect electronic word of mouth on consumer satisfaction, 3) the effect of consumer satisfaction on repurchase intention, 4) the effect of electronic service quality on repurchase intention, 5) the effect electronic word of mouth on repurchase intention, 6) the effect of electronic service quality on repurchase intention mediated by consumer satisfaction, 7) the effect electronic word of mouth on repurchase intention mediated by consumer satisfaction. The type of research used is causality research with a quantitative approach. The population in this study were Tokopedia users in D.I Yogyakarta. The sampling technique used nonprobability sampling with purposive sampling. This study used 180 respondents as samples and data collection was carried out through online questionnaires. The data analysis technique used Partial Least Square using the SmartPLS 4.0 application. The results of this study indicate that: 1) electronic service quality has a positive effect on consumer satisfaction, 2) electronic word of mouth has a positive effect on consumer satisfaction, 3) consumer satisfaction has a positive effect on repurchase intention, 4) electronic service quality has a positive effect on repurchase intention, 5) electronic word of mouth has no effect on repurchase intention, 6) electronic service quality has a positive effect on repurchase intention with complementary partial mediation by consumer satisfaction, 7) electronic word of mouth has a positive effect on repurchase intention with indirect mediation (full mediation) by consumer satisfaction.

Keywords: electronic service quality, electronic word of mouth, consumer satisfaction, and repurchase intention.