

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Customer E-Repurchase Intention dan Customer E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus : Pengguna Shopee di Kota Padang)**

**Oleh: Shalsabilla Azarine**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji: pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Customer E-Repurchase Intention dan Customer E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada pengguna Shopee di Kota Padang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 sampel dengan kriteria pelanggan Shopee di kota Padang yang pernah berbelanja di situs Shopee minimal dua kali dalam setahun, teknik pengambilan sampelnya adalah purposive sampling. Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis SEM dengan software SmartPLS versi 3.3.9.

Hasil penelitian ini adalah: E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Repurchase Intention, E-Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Repurchase Intention, E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Satisfaction, E-Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Satisfaction, E-Satisfaction berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Repurchase Intention, E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Repurchase Intention melalui E-Satisfaction, E-Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Repurchase Intention melalui E-Satisfaction. Kesimpulannya adalah variabel E-Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel E-Repurchase Intention dan variabel E-Satisfaction dapat menjadi variabel intervening antara E-Service Quality dengan E-Repurchase Intention dan antara E-Trust dengan E-Repurchase Intention.

**Kata Kunci : E-Service Quality, E-Trust, E-Repurchase Intention, E-Satisfaction**