

ABSTRAK

Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Fashion secara *online*.

Oleh : Suci Andika Junaidi/2012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang produk fashion secara *online*.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang sudah pernah melakukan pembelian produk fashion secara *online*. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 130 responden dan penarikan sampel diambil dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden, sedangkan data sekunder yaitu data yang terkait dengan objek penelitian yang disajikan oleh pihak lain. Teknik analisis data yang dipakai adalah analisis deskriptif dan analisis induktif dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*). Hipotesis diuji dengan uji t pada $\alpha = 0,05$.

Temuan penelitian ini adalah: (1) terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian ulang, (2) terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap keputusan pembelian ulang. Oleh karena itu, untuk mendorong pembelian ulang produk fashion secara *online* pemasar perlu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan jaminan keamanan dan kerahasiaan dalam belanja *online*, memberikan informasi tentang produk maupun pemasar yang lengkap, mendesain website toko *online* dengan menarik dan meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.