

ABSTRAK

PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP NIAT MEMBELI KEMBALI MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Survei Pada Pengguna Lazada di Kota Tasikmalaya)

Oleh:

Dini Lestari

NPM 193402084

Dibawah Bimbingan:

H. Kartawan

Adhitya Rahmat Taufiq

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana peran kepuasan pelanggan dalam memediasi interaksi antara pengalaman pelanggan dan niat membeli kembali. Penelitian ini dirancang sebagai *survey method* dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada 300 responden yang merupakan pengguna Lazada di Kota Tasikmalaya dan sudah lebih dari 1 kali, berusia lebih dari 18 tahun, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengalaman pelanggan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh terhadap niat membeli kembali. Selain itu variabel kepuasan pelanggan terbukti memediasi antara pengalaman pelanggan dengan niat membeli kembali.

Kata Kunci: Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Niat Membeli Kembali