

ABSTRAK

Dalam era digital seperti saat ini, e-commerce menjadi salah satu platform yang sangat populer di kalangan masyarakat. Shopee adalah salah satu e-commerce yang menjadi pilihan banyak orang untuk berbelanja online. Namun, keberhasilan suatu bisnis e-commerce tidak hanya ditentukan oleh produk yang dijual, tetapi juga oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap platform tersebut. Artikel ini akan membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang di e-commerce Shopee pada karyawan PT Bumi Menara Internusa. Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang pengambilan datanya dengan menyebarkan angket/koesioner ke karyawan PT Bumi Menara Internusa dengan teknik non-probability sampling sebagai teknik pengambilan sampelnya yang jumlahnya sebesar 200 responden. 1). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli ulang. 2). Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. 3). Kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang. 4) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

In today's digital era, e-commerce has become a very popular platform among the public. Shopee is an e-commerce that is the choice of many people to shop online. However, the success of an e-commerce business is not only determined by the products sold, but also by the quality of service and consumer trust in the platform. This article will discuss the effect of service quality, product quality, and consumer trust on repurchasing interest in e-commerce Shopee for employees of PT Bumi Menara Internusa. The method in this study used quantitative research where data collection was carried out by distributing questionnaires to employees of PT Bumi Menara Internusa using a non-probability sampling technique as a sampling technique with a total of 200 respondents. 1). Service quality has a significant and positive effect on repurchase intention. 2). Product quality has a positive and significant effect on repurchase intention. 3). Consumer trust has a positive effect on repurchase intention. 4) The results of this study indicate that Service Quality, Product Quality, Consumer Trust have a significant and positive effect on repurchase intention.

Keywords : Service Quality, Product Quality, Consumer Trust, Repurchase Intention