

ABSTRAK

Penelitian ini digunakan untuk menguji dan menganalisis peningkatan pengalaman konsumen online, pengelolaan hubungan pelanggan, dan kepercayaan terhadap minat beli ulang pada tokopedia di daerah semarang. populasi penelitian ini adalah konsumen tokopedia di daerah semarang dan sampel yang di ambil sebanyak 100 responden. pada pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Data di kumpulkan melalui kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh antara pengalaman konsumen online terhadap kepercayaan. (2) Terdapat pengaruh antara pengelolaan hubungan pelanggan dengan kepercayaan. (3) Terdapat pengaruh antara pengalaman konsumen online terhadap minat beli ulang. (4) Terdapat pengaruh antara pengelolaan hubungan pelanggan terhadap minat beli ulang. (5) Terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : Pengalaman konsumen online, Pengelolaan hubungan pelanggan, Kepercayaan, Minat beli ulang

ABSTRACT

This research is used to test and analyze the influence of customer experience online, customer relationship management, and trust in repurchase interest in Tokopedia in Semarang. The population of this research is the consumers of Tokedia in Semarang and the samples taken were 100 respondents. in sampling using a purposive sampling technique. Data was collected through a questionnaire. The results of this study indicate that (1) There is an influence between online customer experience on trust. (2) There is an influence on customer relationship management and trust. (3) There is an influence between online customer experience on repurchase interest. (4)There is an influence between customer relationship management on repurchase interest. (5)There is an influence between trust in repurchase intention.

Keywords: Customer experience online, Customer relationship management, Trust, Repurchase intention

INTISARI

Penelitian ini membahas tentang usaha tokopedia dalam meningkatkan minat beli ulang melalui pengalaman konsumen online, pengelolaan hubungan pelanggan, dan kepercayaan. Pada dasarnya pengalaman konsumen online merupakan kejadian yang dialami oleh konsumen setelah melakukan pembelian online yang terkait dengan harga, sikap, dan produk yang ditawarkan. Kemudian Pengelolaan hubungan pelanggan adalah usaha perusahaan untuk mempertahankan hubungan dengan konsumen supaya mendapatkan loyalitas yang berkelanjutan. Kemudian kepercayaan adalah keyakinan yang muncul dari diri konsumen saat setelah melakukan transaksi online. kemudian minata beli ulang adalah suatu dorongan atau keinginan konsumen secara online untuk membeli produk lagi di masa yang akan datang.

Berdasarkan pada kajian teori yang mendalam dan kritis maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “ menganalisis pengaruh antara pengalaman konsumen online terhadap kepercayaan, pengaruh pengelolaan hubungan pelanggan terhadap kepercayaan, pengaruh pengalaman konsumen online terhadap minat beli ulang, pengaruh pengelolaan hubungan pelanggan terhadap minat beli ulang, pengaruh kepercayaan terhadap minat beli ulang ”. Objek penelitian ini adalah seseorang yang pernah membeli (konsumen) di Tokopedia. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah *Explanatory Research*, kemudian teknik sampling menggunakan *Purposive Sampling* yaitu teknik sampling berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian, yakni kriterianya

konsumen minimal sudah pernah membeli melalui tokopedia 2 kali, konsumen tokopedia daerah semarang. Kemudian kuesioner dibagikan kepada 100 responden, kemudian hasil jawaban responden dianalisis menggunakan *software* SPSS.