

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *E-SERVICE QUALITY*
PADA ONLINE *RE-PURCHASE INTENTION*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
(STUDI PADA GENERASI Z DI KOTA PADANG)**

**PROPOSAL
THESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister Manajemen
pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas, Padang



Diajukan Oleh :

PUJA RISMA

2120522074

**PROGRAM STUDI S2 MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
AGUSTUS 2024**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *E-SERVICE QUALITY*
PADA ONLINE *RE-PURCHASE INTENTION*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
(STUDI PADA GENERASI Z DI KOTA PADANG)**

**PROPOSAL
THESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister Manajemen
pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas, Padang



Diajukan Oleh :

PUJA RISMA
2120522074

Pembimbing I

Dr. Verinita, SE, MSi

Pembimbing II

Dr. Alfitman, SE, MSc

**PROGRAM STUDI S2 MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
AGUSTUS 2024**

**Pengaruh *Customer Experience* dan *E-service Quality* terhadap *Online Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction*
(Studi Pada Pelanggan Netflix di Kota Padang)**

Puja Risma¹, Verinita², Alfitman³

¹²³Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas

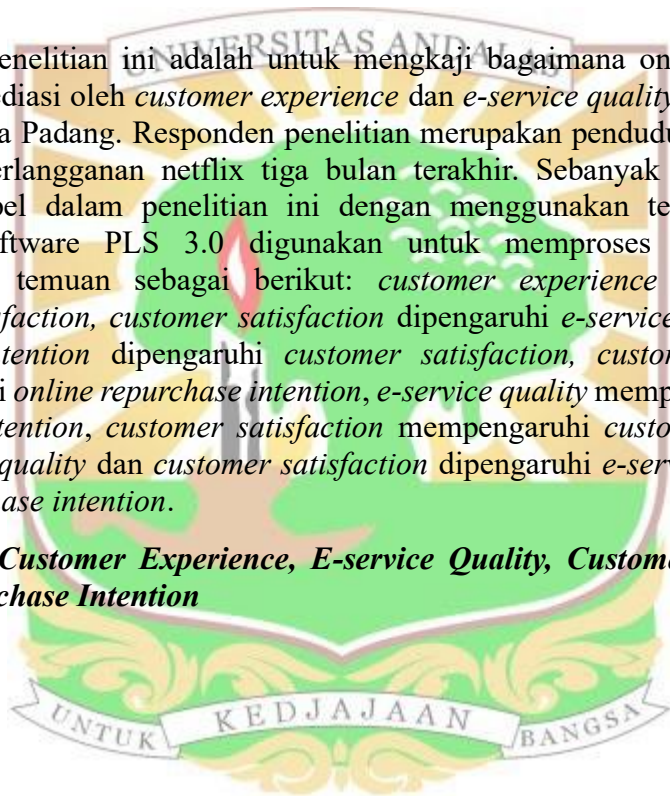
Andalas, Padang, Indonesia

risma.puja@yahoo.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana online repurchase intention dimediasi oleh *customer experience* dan *e-service quality* bagi pengguna Netflix di Kota Padang. Responden penelitian merupakan penduduk Kota Padang yang telah berlangganan netflix tiga bulan terakhir. Sebanyak 185 responden menjadi sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Software PLS 3.0 digunakan untuk memproses penelitian dan menghasilkan temuan sebagai berikut: *customer experience* mempengaruhi *customer satisfaction*, *customer satisfaction* dipengaruhi *e-service quality*, *online repurchase intention* dipengaruhi *customer satisfaction*, *customer experience* mempengaruhi *online repurchase intention*, *e-service quality* mempengaruhi *online repurchase intention*, *customer satisfaction* mempengaruhi *customer experience* dan *e-service quality* dan *customer satisfaction* dipengaruhi *e-service quality* dan *online repurchase intention*.

Kata kunci: *Customer Experience*, *E-service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Online Repurchase Intention*



***The Influence of Customer Experience and E-service Quality on Online Repurchase Intention through Customer Satisfaction
(Study on Customer Netflix in the City of Padang)***

Puja Risma¹, Verinita², Alfitman³

¹²³Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas
Andalas, Padang, Indonesia

risma.puja@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study is to examine how online repurchase intention is mediated by customer experience and e-service quality for Netflix users in Padang City. The research respondents were residents of Padang City who had subscribed to Netflix for the past three months. A total of 185 respondents were sampled in this study using the purposive sampling technique. PLS 3.0 software is used to process the research and produce the following findings: customer experience affects customer satisfaction, customer satisfaction affects e-service quality, online repurchase intention affects customer satisfaction, customer experience affects online repurchase intention, e-service quality affects online repurchase intention, customer satisfaction affects customer experience and e-service quality and customer satisfaction influenced by e-service quality and online repurchase intention.

Keywords: Customer Experience, E-service Quality, Customer Satisfaction, Online Repurchase Intention

