

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *ONLINE
REPURCHASE INTENTION* DENGAN VARIABEL KEPUASAN
SEBAGAI MEDIASI PADA CAFE DAN RESTO DI KOTA PADANG DI
MASA PANDEMI COVID-19**

TESIS

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



Diajukan Oleh:

MAYGITA KARLINA

1820522009

PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2020

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *ONLINE
REPURCHASE INTENTION* DENGAN VARIABEL KEPUASAN
SEBAGAI MEDIASI PADA CAFE DAN RESTO DI KOTA PADANG DI
MASA PANDEMI COVID-19**

TESIS

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



Diajukan Oleh:

MAYGITA KARLINA

1820522009

Dosen Pembimbing:

DR. MA'RUF, SE, M.BUS

PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2020

ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *ONLINE REPURCHASE INTENTION* DENGAN VARIABEL KEPUASAN SEBAGAI MEDIASI PADA CAFE DAN RESTO DI KOTA PADANG DI MASA PANDEMI COVID-19

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Online Repurchase Intention* dengan variabel kepuasan sebagai mediasi pada cafe dan resto di Kota Padang di masa pandemi Covid-19. Metode penelitian kuantitatif kausal, dengan desain penelitian ini menggunakan *cross sectional study*. Sampel yang digunakan adalah 170 pelanggan yang melakukan pembelian *online* di cafe & resto di Kota Padang. Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner, dengan penyebaran disajikan berupa elektronik kuisisioner yang merupakan salah satu aplikasi *google docs* yang dapat diakses secara *online* melalui internet oleh pelanggan *online* cafe dan resto yang ada di Kota Padang. Didalam penelitian ada tiga jenis variabel yang digunakan yaitu pertama variabel independen yaitu *E-Service Quality*. Kedua adalah variabel mediating yaitu kepuasan pelanggan. Variabel ketiga dependen variabel yaitu: *Online Repurchase Intention*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan *Online Repurchase Intention*. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Online Repurchase Intention*. Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa kepuasan berperan sebagai mediasi antara *E-Service Quality* terhadap *Online Repurchase Intention*.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, Kepuasan Pelanggan, *Online Repurchase Intention*

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY ON ONLINE REPURCHASE INTENTION WITH VARIABLES OF SATISFACTION AS MEDIATION IN CAFE AND RESTO IN THE CITY OF PADANG DURING THE PANDEMIC COVID-19

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of E-Service Quality on Online Repurchase Intention with the satisfaction variable as a mediation at cafes and restaurants in Padang City during the Covid-19 pandemic. The causal quantitative research method, with this research design using a cross sectional study. The sample used is 170 customers who make online purchases at cafes & restaurants in the city of Padang. The data collection process uses a questionnaire, with the distribution presented in the form of an electronic questionnaire which is one of the google docs applications that can be accessed online via the internet by customers of online cafes and restaurants in the city of Padang. In this study, there are three types of variables used, namely the first independent variable, namely E-Service Quality. The second is the mediating variable, namely customer satisfaction. The third dependent variable is: Online Repurchase Intention. Data analysis in this study used Partial Least Square (PLS). The results showed that E-Service Quality has a positive and significant effect on customer satisfaction and Online Repurchase Intention. Customer satisfaction also has a positive and significant effect on Online Repurchase Intention. The results of the mediation test show that satisfaction plays a role as a mediation between E-Service Quality and Online Repurchase Intention.

Keywords: E-Service Quality, Customer Satisfaction, Online Repurchase Intention