

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Platform Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Platform Shopee. Tujuan penelitian yaitu: Untuk Mengetahui Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Platform Shopee.

Metode penelitian dalam penelitian ini yakni Populasi pada Mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang. Dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang, sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, menggunakan kuesioner dengan angket tertutup sedangkan teknik analisis data menggunakan Analisis regresi linear berganda, Uji parsial (Uji t), uji simultan (Uji F) dan Koefisien Determinasi (R^2).

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda: $Y=10,037+0,217+0,446+e$. Diketahui bahwa nilai konstan a sebesar 10,037, sedangkan koefisien b^1 adalah 0,217 dan b^2 adalah 0,446. Dengan demikian dari persamaan regresi linear berganda diatas maka dapat dijelaskan bahwa nilai konstan 10,037 artinya jika nilai kepuasan (X1) dan Kepercayaan Pelanggan (X2) sama dengan nol, Niat beli ulang (Y) memiliki nilai sebesar 10,037. Sedangkan koefisien regresi (b^1) sebesar 0,217 artinya jika kepuasan (X1) Mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka Niat beli ulang (Y) akan meningkat sebesar 10,037. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kepuasan (X1) dan niat beli ulang (Y). dan koefisien regresi (b^2) sebesar 0,446 artinya jika kepercayaan pelanggan (X2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka niat beli ulang (Y) akan meningkat sebesar 10,037. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kepercayaan pelanggan (X2) dengan niat beli ulang(Y).

Berdasarkan landasan teori dan disertai dengan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kepuasan dan kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat

Beli Ulang Pada Platform Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang).

- 1) Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat beli ulang pada Platform Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang).
- 2) Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat beli ulang Pada Platform Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang).
- 3) Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara Simultan Kepuasan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Niat beli ulang pada Platform Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang).

Kata Kunci: Kepuasan, Kepercayaan Pelanggan, Niat Beli Ulang