

**EFFECT OF E-SERVICE QUALITY AND CUSTOMER EXPERIENCE  
ON REPURCHASE INTENTION**

**(Case Study of Shopee Users in Tangerang City)**

**By: Rafli Aditya Risaldi**

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of e-service quality and customer experience on repurchase intention of Shopee users in the Tangerang city area. This research is a quantitative research with the type of data used is primary data with a total sample of 100 determined using the Lemeshow formula, the criteria are determined by purposive sampling. Data was collected by questionnaire using Google form. The analysis technique in this study is descriptive analysis and inferential analysis, using the SmartPLS 3.0 test tool with a significance level of 0.05 (5%). The results of the test prove that (1) there is no significant effect of e-service quality on repurchase intention (2) there is a significant effect of customer experience on repurchase intention.

Keywords: E-Service Quality, Customer Experience, Repurchase Intention

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
(Studi Kasus Pengguna Shopee di Kota Tangerang)**

Oleh Rafli Aditya Risaldi

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *e-service quality* dan *customer experience* terhadap *repurchase intention* pada pengguna Shopee di wilayah kota Tangerang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis data yang digunakan adalah data primer dengan jumlah sampel sebanyak 100 ditentukan menggunakan rumus Lemeshow yang kriterianya ditentukan dengan purposive sampling. Data dikumpulkan dengan kuesioner menggunakan *Google form*. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial, menggunakan alat uji SmartPLS 3.0 dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%). Hasil dari pengujian membuktikan bahwa (1) tidak terdapat pengaruh signifikan *e-service quality* terhadap *repurchase intention* (2) terdapat pengaruh signifikan *customer experience* terhadap *repurchase intention*.

**Kata Kunci:** *E-Service Quality, Customer Experience, Repurchase Intention*