

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi efek persepsi yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan minat belanja kembali pengguna toko online. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online kepada Mahasiswa Universitas Telkom dan diperoleh 100 responden yang valid. SmartPLS 3 digunakan untuk mengolah hasil survei dengan metode *Partial Least Square – Structural Equation Modeling*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Konsumen terhadap Minat Belanja Kembali pengguna toko online. Selain itu, efek kualitas tampilan toko online dan popularitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan secara tidak langsung akan mempengaruhi minat belanja kembali konsumen. Maka, sebaiknya pengelola toko online terus menjaga kualitas tampilan toko online dengan melakukan penyegaran tampilan atau penambahan fitur yang memudahkan pengguna toko online. Lalu membangun popularitas agar lebih disukai sehingga pengguna semakin loyal.

Kata Kunci: Kepuasan, Minat Belanja Kembali, Perilaku Konsumen, Persepsi, Toko Online