

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* dan *product quality* terhadap *repurchase intention* pada *shining bright*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan kausalitas dengan menggunakan metode kuantitatif.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, menggunakan rumus Bernoulli sehingga dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif serta menggunakan metode uji t.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh *e-service quality* dan *product quality* terhadap *repurchase intention* pada *shining bright* ", maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: *E-service quality* yang telah dijalan oleh *shining brigh* sudah berjalan dengan baik, persepsi responden pada produk- produk yang dikeluarkan oleh *shining brigh* memiliki kualitas yang baik, *repurchase intention* konsumen untuk membeli produk-produk *shining brigh* tinggi, *e-service quality* dan *product quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* pada *Shining Bright*, dengan besaran kontribusi pengaruhnya yaitu sebesar 52.9%. Kemudian dengan saran sebagai berikut: *Shining Bright* perlu lebih memperhatikan pengendalian kualitas produk dari segi bahan dan mesin yang digunakan, karena hal ini akan mempunyai dampak terhadap keuntungan perusahaan yang diperoleh, mayoritas pelanggan *shining bright* yang melakukan pembelian adalah konsumen yang berusia muda rentang usia antar 20-20 tahun dan memiliki penghasilan yang cukup, sehingga perusahaan perlu menyediakan fitur-fitur lain yang masih berkaitan dengan layanan pembelian, agar memberi nilai tambah bagi konsumen muda yang merupakan konsumen potensial bagi *shining bright*, *shining Bright* perlu melakukan promosi terutama menggunakan media sosial seperti Instagram dan facebook dengan memaksimalkan penggunaan fitur-fitur dalam media sosial tersebut, agar dapat lebih banyak menarik minat beli konsumen.

**Kata kunci:** *e-service quality*, *product quality* dan *repurchase intention*