

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Consumer Satisfaction* yang berdampak pada *Repurchase Intention*. Tujuan dari penelitian ini yaitu memaparkan bagaimana *E-Service Quality* yang dibangun oleh E-Commerce Bukalapak mempengaruhi *E-Consumer Satisfaction* yang akan berdampak pada *Repurchase Intention* E-commerce Bukalapak.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif. Pengambilan sampel non probability sampling digunakan dalam penelitian ini adalah 150 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis PLS-SEM melalui software SmartPLS 3.0.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *E-Service Quality* dan *E-Consumer Satisfaction* berada dalam kategori cukup baik. Dan pada Variabel *Repurchase Intention* berada dalam kategori tidak baik. Hasil SEM-PLS menunjukkan bahwa *E-Service Quality* dan *E-Consumer Satisfaction* berpengaruh secara signifikan, *E-Service Quality* dan *Repurchase Intention* berpengaruh secara signifikan, *E-Consumer Satisfaction* dan *Repurchase Intention* berpengaruh secara signifikan dan hubungan antara *E-Service Quality*, *E-Consumer Satisfaction* dan *Repurchase Intention* berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci : *E-Service Quality, E-Consumer Satisfaction, Repurchase Intention*