

ABSTRAK

Pertumbuhan *e-commerce* terus berkembang pesat di Indonesia sehingga cepatnya pertumbuhan *e-commerce* menciptakan persaingan yang ketat. Memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan pelanggan sehingga dapat meningkatkan minat beli ulang adalah salah satu cara untuk perusahaan dapat bertahan ditengah persaingan yang ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh *customer experience* yang terdiri dari *sense, feel, think, act, dan relate* terhadap *repurchase intention* di salah satu *e-commerce* di Indonesia yaitu JD.ID.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menyebarkan kepada 400 responden dengan karakteristik pernah berbelanja di JD.ID. Sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda dengan perangkat lunak IBM SPSS Statistic 26.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa *customer experience* secara keseluruhan berdasarkan hasil tanggapan responden mendapatkan rata-rata presentase sebesar 77,58% dalam kategori baik. *repurchase intention* berdasarkan hasil tanggapan responden mendapatkan rata-rata presentase sebesar 78,71% dalam kategori baik. *customer experience sense, feel, think, act, dan relate* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* dan *customer experience* secara simultan berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*.

Perusahaan disarankan untuk melakukan pengembangan terhadap tampilan desain *website* dengan memberikan tampilan yang lebih *user-friendly*. Hal ini dapat membuat pelanggan merasa nyaman dalam mencari barang-barang yang akan dibeli di *website* JD.ID. Perusahaan perlu untuk memperbaiki ketepatan waktu pengiriman. Upaya tersebut diharapkan dapat memberikan emosi yang positif karena ketepatan waktu pengiriman sehingga memberikan rasa kepuasan yang dapat mempengaruhi *repurchase intention*. JD.ID disarankan untuk menambahkan lebih banyak variasi harga. Upaya tersebut agar pelanggan memiliki banyak opsi untuk memilih barang yang sesuai dengan referensi pelanggan. JD.ID perlu untuk membuat aturan bagi setiap *merchant* di JD.ID untuk menambah kategori produk dan item baru setiap harinya. Upaya tersebut diharapkan pelanggan dapat memilih produk yang sesuai untuk memenuhi gaya hidup mereka. Perusahaan disarankan untuk memiliki media sosial komunitas pelanggan dengan memberikan lebih banyak komunitas untuk berhubungan dengan pelanggan. Upaya tersebut agar pelanggan lebih banyak mengetahui tentang JD.ID.

Kata Kunci: pengalaman pelanggan, minat beli ulang, *e-commerce*