

PENGARUH *PERCEIVED CONTROL*, *SERVICE CONVENIENCE*, *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP *SWIFT GUANXI* DAN *REPURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA SHOPEE DI SURABAYA

Nama: Glori Sarah Purnomo

Jurusan / Program Studi: Manajemen Jejaring Bisnis

Pembimbing 1: Erna Andajani

Pembimbing 2: Antonius Budhiman

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang hubungan pelanggan dengan penjual yang dapat memunculkan *repurchase intention*. Dimana penelitian ini membawa wawasan baru untuk memahami lebih dalam mengenai *repurchase intention*. Objek yang dipilih dalam mengukur *repurchase intention* adalah pengguna *platform* Shopee di Surabaya. Jenis . Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 orang. Analisis dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dan kemudian diolah dengan menggunakan *software* SPSS versi 25 *for windows* dan juga AMOS versi 22.0 *for windows* yang digunakan untuk pengujian *Measurement Model (Outer Model)* dan *Structural Model (Inner Model)*. Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 150 individu. Metodologi yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah SPSS versi 24 dan AMOS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan *customer service* memiliki pengaruh terhadap *swift guanxi*, dan *swift guanxi* memiliki pengaruh terhadap *repurchase intention*. Namun *perceived control* tidak memiliki pengaruh terhadap *swift guanxi*, dan *service convenience* tidak memiliki pengaruh terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci: *Perceived Control*, *Service Convenience*, *Customer Service*, *Swift Guanxi*, dan *Repurchase Intention*.

*INFLUENCE OF PERCEIVED CONTROL, SERVICE CONVENIENCE,
CUSTOMER SERVICE ON SWIFT GUANXI AND REPURCHASE INTENTION
ON SHOPEE USER IN SURABAYA*

Name: Glori Sarah Purnomo

Dicipline / Study Program: Management of Business Network

Supervisor 1: Erna Andajani

Supervisor2: Antonius Budhiman

ABSTRACT

This study discusses customer relations with sellers that can bring up repurchase intention. Where this research brings new insights to a deeper understanding of repurchase intention. The object chosen in measuring repurchase intention is Shopee platform users in Surabaya. Type. Respondents used in this study were 150 people. The analysis in this study is SEM (Structural Equation Modeling) and then processed using SPSS software version 25 for windows and AMOS version 22.0 for windows used for testing the Measurement Model (Outer Model) and Structural Model (Inner Model). This research is a quantitative study with a total sample of 150 individuals. The methodology used in conducting this research is SPSS version 24 and AMOS version 22.

The results of this study indicate that customer service has an influence on swift guanxi, and swift guanxi has an influence on repurchase intention. However, control has no effect on swift guanxi, and service convenience has no effect on repurchase intention.

Keywords: Perceived Control, Service Convenience, Customer Service, Swift Guanxi, dan Repurchase Intention.