

**PENGARUH *POST-PURCHASE EXPERIENCE* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION DAN *PURCHASE INTENTION*
PADA APLIKASI TOKOPEDIA**

Nama :

Muhammad Ilham Al Hizhan

Manajemen Jejaring Bisnis

Pembimbing:

Siti Rahayu S.E., M.M., Fitri Novika Widjaja S.Si., M.MT.

ABSTRAK

Abstrak — Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami peran pengalaman pasca pembelian dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian di masa yang akan datang melalui aplikasi belanja online Tokopedia penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan alat ukur analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil yang didapat merupakan *post-purchase experience* yang terdiri dari empat yaitu layanan pelanggan, pengiriman, pelacakan, dan pengembalian memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Apakah Variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap pembelian dimasa akan datang. Dalam penelitian ini dapat dijadikan sebuah bantuan atau patokan bagi pembaca yang belum pernah berbelanja di Tokopedia atau yang belum pernah berbelanja *online* di Tokopedia mengenai feed back responden terhadap layanan Tokopedia.

Kata kunci: *Post-Purchase Experience, Customer Satisfaction, Future Purchase Intention*

**PENGARUH *POST-PURCHASE EXPERIENCE* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION DAN *PURCHASE INTENTION*
PADA APLIKASI TOKOPEDIA**

Nama :

Muhammad Ilham Al Hizhan

Manajemen Jejaring Bisnis

Pembimbing:

Siti Rahayu S.E., M.M., Fitri Novika Widjaja S.Si., M.MT.

ABSTRACT

Abstract — The purpose of this study has an understanding that understands the role of post-purchase experience and customer satisfaction on future purchase decisions through the online shopping application Tokopedia. Research uses quantitative methods and uses structural equation modeling (SEM) analysis tools. The results obtained are post-purchases consisting of four, namely customer service, delivery, messages, and have a positive influence on customer satisfaction. Customer satisfaction variables have an influence on future. In this research, it can be used as a help or benchmark for readers who have never been on Tokopedia or who have never been online on Tokopedia regarding respondent feed back to Tokopedia services.

Keywords: Post-Purchase Experience, Customer Satisfaction, Future Purchase Intention.