

ABSTRAK

Lidia Amalia Solihah, NIM. 3402220403. “Pengaruh *Omnichannel Marketing* dan *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* Pada Platform Tokopedia (Suatu Studi pada Pengguna Tokopedia di Desa Karangpaningal, Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis)”. Dibawah bimbingan Bapak Mukhtar Abdul Kader, S.E. M.M., (Pembimbing 1) dan Bapak Ruli Mochammad Chaerudin, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya *repurchase intention* pada platform Tokopedia di Desa Karangpaningal Kecamatan Panawangan yang diduga disebabkan oleh belum optimalnya *omnichannel marketing* dan *customer experience*. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana pengaruh *omnichannel marketing*, *customer experience* terhadap *repurchase intention* dan Bagaimana pengaruh *omnichannel marketing* dan *customer experience* terhadap *repurchase intention*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh *omnichannel marketing*, *customer experience* terhadap *repurchase intention* dan pengaruh *omnichannel marketing* dan *customer experience* terhadap *repurchase intention*. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, Analisis Regresi Linear Sederhana dan Berganda, dan Pengujian Hipotesis (Uji t, Uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Omnichannel marketing* Platform Tokopedia di Desa Karangpaningal Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis termasuk dalam kategori sangat baik. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *omnichannel marketing* terhadap *repurchase intention*; *Customer experience* pada Platform Tokopedia di Desa Karangpaningal Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis termasuk dalam kategori sangat baik. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *customer experience* terhadap *repurchase intention*; *Repurchase intention* pada Platform Tokopedia di Desa Karangpaningal Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis termasuk dalam kategori sangat tinggi. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan *omnichannel marketing* dan *customer experience* terhadap *repurchase intention*. Artinya jika *omnichannel marketing* dan *customer experience* sudah baik maka *repurchase intention* akan meningkat.

Kata Kunci : *Omnichannel Marketing*, *Customer Experience* dan *Repurchase Intention*