

## ABSTRAK

**Lilis Siti Arifah NIM 3402190008. Pengaruh *Customer Engagement* Dan *E-Service Quality* Terhadap *Online Repurchase Intention* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh). Dibawah bimbingan Elin Herlina, Pd., M.M., (Pembimbing I) dan Toto, S.E., M.M. (Pembimbing II)**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Customer Engagement* dan *E-Service Quality* terhadap *Online Repurchase Intention* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1]. Bagaimana pengaruh *customer engagement* terhadap *online repurchase intention* pengguna shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh?; 2]. Bagaimana pengaruh *e-service quality* terhadap *online repurchase intention* pengguna shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh?; 3]. Bagaimana pengaruh *customer engagement* dan *e-service quality* terhadap *online repurchase intention* pengguna shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. Pengaruh *customer engagement* terhadap *online repurchase intention* pengguna shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh; 2]. Pengaruh *e-service quality* terhadap *online repurchase intention* pengguna shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh; 3]. Pengaruh *customer engagement* dan *e-service quality* terhadap *online repurchase intention* pengguna shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji hipotesis menggunakan uji signifikan (Uji t), analisis linier berganda, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis menggunakan Uji f.

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *customer engagement* dan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online repurchase intention* pengguna shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh dengan besarnya pengaruh 55,9% sedangkan 44,1% dipengaruhi faktor lain.

Diharapkan platform shopee dapat meningkatkan kualitas dengan memberikan pengalaman diluar ekspektasi pengguna, meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan atas keluhan yang diberikan pelanggan, serta meningkatkan keamanan pelanggan shopee agar kepercayaan dan kenyamanan pengguna shopee juga lebih meningkat..

**Kata Kunci : *Customer engagement*; *E-service quality*; dan *Online repurchase intention***