

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh desain situs, keandalan situs, daya tanggap situs, kepercayaan, dan personalisasi terhadap kepuasan pelanggan dan mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada pengguna semua toko daring di masyarakat kota Semarang.

Metode pengumpulan data untuk penelitian ini yaitu dengan pengisian kuesioner dengan sampel yang dikumpulkan sebanyak 121 responden yang merupakan masyarakat di kota Semarang yang telah melakukan pembelian kembali selama 1 tahun terakhir pada toko daring yang sama yang mempunyai rentang usia 21-30 tahun.

Dalam penelitian ini untuk melakukan pengujian parametrik dan non parametrik peneliti akan menggunakan program perhitungan *Structural Equation Model (SEM)*. Dalam pengujian menggunakan SEM dioperasikan melalui program Lisrel versi 8.45.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain situs, keandalan situs, daya tanggap situs, kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel personalisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada toko daring.

Kata Kunci: desain situs, keandalan situs, daya tanggap situs, kepercayaan, personalisasi, kepuasan pelanggan, minat beli ulang.