

ABSTRAK

Seiring berkembangnya zaman, kebutuhan manusia pasti akan meningkat dan semakin bervariasi, khususnya pada kebutuhan bahan makanan salah satunya daging sapi. Di Semarang, akhir-akhir ini mulai bermunculan usaha daging sapi yang berjualan secara *online*. Daging Sapi Eyang Djono merupakan salah satu pionir usaha penjualan daging sapi yang berjualan secara online. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, pemilik usaha harus memperhatikan faktor-faktor yang memiliki potensi dalam kemajuan usaha mereka agar tidak kalah dalam bersaing dengan kompetitornya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, kualitas pelayanan elektronik, kewajaran harga, dan pelayanan pengiriman terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Penelitian ini ditujukan bagi pelanggan Daging Sapi Eyang Djono di kota Semarang dan sekitarnya. Total jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 150 responden. Metode pengumpulan sampel menggunakan Teknik *simple random sampling* dengan cara menyebar kuesioner. Penelitian ini juga menggunakan *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* sebagai alat analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk, kualitas pelayanan elektronik, kewajaran harga, dan pelayanan pengiriman berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, lalu kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: Pengetahuan Produk, Kualitas Pelayanan Elektronik, Kewajaran Harga, Pelayanan Pengiriman, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang