

## ABSTRAK

Teknologi informasi terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Banyaknya penggunaan internet kemudian mendorong perubahan gaya hidup masyarakat salah satunya dalam kegiatan berbelanja. Masyarakat mulai melakukan kegiatan belanja secara online, salah satu situs belanja online yang banyak diminati adalah Shopee. Pada tahun 2020, Shopee berhasil memimpin di peringkat 1 dengan pengunjung terbanyak untuk situs jual beli online. Namun pada kuartal 1 tahun 2021 Shopee mengalami penurunan jumlah pengunjung. Hal ini terlihat dari berbagai masalah dan keluhan yang disampaikan oleh pengguna Shopee secara langsung di media sosial maupun pada review aplikasi. Sehingga dilakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh *website service quality*, *customer service*, dan *fulfillment* terhadap *repurchase intention* melalui *e-satisfaction* konsumen pada *marketplace* Shopee.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna internet aktif dan minimal pernah melakukan transaksi sebanyak 2 kali di *marketplace* Shopee. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling method* dengan jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 140 orang terpilih. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi *Structural Equation Model* (SEM) dengan program AMOS versi 26.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *website service quality* berpengaruh positif terhadap *e-satisfaction*, *customer service* berpengaruh positif terhadap *e-satisfaction*, *fulfillment* berpengaruh positif terhadap *e-satisfaction*, serta *e-satisfaction* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*. Variabel yang paling berpengaruh pada *repurchase intention* konsumen pada *marketplace* Shopee adalah dengan peningkatan *e-satisfaction* konsumen yang didorong oleh *fulfillment*.

**Kata kunci:** *Website Service Quality, Customer Service, Fulfillment, E-Satisfaction, Repurchase Intention*