

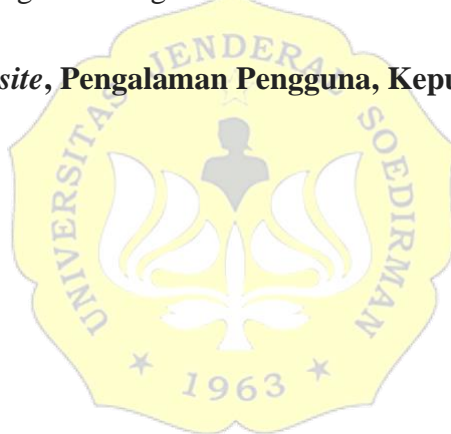
## RINGKASAN

Penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas *Website* Dan Pengalaman Pengguna Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi”. Penelitian ini merupakan survei pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi KAI *Access*.

Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman jurusan Manajemen angkatan 2021-2022. Sampel pada penelitian ini sebanyak 75 responden yang dipilih menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang diolah dengan *software* SmartPLS menunjukkan hasil bahwa : (1) kualitas *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang, (2) pengalaman pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang, (3) kualitas *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (4) pengalaman pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (5) kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang, (6) kepuasan konsumen dapat memediasi kualitas *website* terhadap niat pembelian ulang secara signifikan, (7) kepuasan konsumen dapat memediasi pengalaman pengguna terhadap niat pembelian ulang secara signifikan.

**Kata kunci: Kualitas *Website*, Pengalaman Pengguna, Kepuasan Konsumen, Niat Pembelian Ulang**



## SUMMARY

*The study entitled "The Influence of Website Quality and User Experience on Repurchase Intentions with Satisfaction as a Mediation Variable". This research is a survey of students who use the KAI Access application.*

*The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, Jenderal Soedirman University majoring in Management class of 2021-2022. The sample in this study were 75 respondents who were selected using a non-probability sampling method with a purposive sampling technique.*

*Based on research conducted using Structural Equation Modeling (SEM) analysis processed with SmartPLS software, the results show that: (1) website quality has a positive and significant effect on repurchase intention, (2) user experience has a positive and significant effect on repurchase intention, (3) website quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, (4) user experience has a positive and significant effect on customer satisfaction, (5) customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intentions, (6) customer satisfaction can mediate website quality on intention repurchase significantly, (7) consumer satisfaction can mediate user experience on repurchase intention significantly.*

**Keywords: Website Quality, User Experience, Satisfaction, Repurchase Intention.**

