

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI
KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL PERANTARA PADA
APLIKASI JASA GO-JEK
(STUDI TERHADAP KONSUMEN GO-FOOD KOTA PONTIANAK)**

Wiwin Darwin

Program Studi Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta membuktikan empiris mengenai pengaruh pengalaman pelanggan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang melalui kepercayaan merek sebagai variabel perantara pada produk GoFood dalam aplikasi jasa Gojek. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dan metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Pontianak yang sudah pernah menggunakan produk GoFood dengan minimal transaksi satu kali. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jumlah responden 135 orang, dengan pengumpulan data kuesioner menggunakan *google form*. Metode analisis data yang digunakan dimulai dari pembahasan uji instrumen penelitian, analisis statistik dengan data penelitian, uji asumsi klasik, analisis jalur, dan pengujian hipotesis yang diuji secara statistik dengan menggunakan program pengolahan data SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada substruktur pertama variabel pengalaman pelanggan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Kepercayaan merek, pengalaman pelanggan, dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: Pengalaman Pelanggan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Merek, dan Minat Beli Ulang.

***THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE, AND EASY OF USE ON
REPURCHASE INTENTION THROUGH BRAND TRUST AS A BETWEEN
VARIABLE IN GO-JEK SERVICES APPLICATIONS
(STUDY ON GO-FOOD CONSUMERS IN PONTIANAK CITY)***

Wiwin Darwin

Management Study Program

ABSTRACT

This study aims to find out and prove empirically about the effect of customer experience, and ease of use on repurchase intention through brand trust as an intermediary variable on GoFood products in the Gojek service application. This research is an associative research and survey method. The population of this study is all people of Pontianak City who have used GoFood products with a minimum of one transaction. Sampling technique used was non-probability sampling with 135 respondents, and the questionnaire data was collected using google form. The data analysis method used starts from the discussion of the research instrument test, statistical analysis with research data, classical assumption test, path analysis, and hypothesis testing which is tested statistically using the SPSS version 22 data processing program. The results show that in the first substructure the experience variable customers and ease of use have a significant effect on repurchase intention. Brand trust, customer experience, and ease of use have a significant effect on repurchase intention.

Keywords: *Customer Experience, Ease of Use, Brand Trust, and Repurchase Interest.*