

**Pengaruh *Discount*, *E-Service Quality* Dan *Customer Experience Platform*
Shopee Food Terhadap Minat Beli Ulang Dengan *Customer Satisfaction*
Sebagai Variabel Intervening**

Teguh Triyandi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *discount*, *e-service quality* dan *customer experience platform shopee food* terhadap minat beli ulang dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening di kota Pontianak. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *discount* (x1), *e-service quality* (x2) dan *customer experience* (x3), variabel intervening dalam penelitian ini adalah *customer satisfaction* (z). Sedangkan variabel dependen adalah minat beli ulang (y). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jumlah sampel sebesar 150 responden dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode sem-pls dengan bantuan aplikasi smartpls 4.0. Hasil penelitian menunjukkan *discount*, *e-service quality* dan *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* namun *discount*, *e-service quality* dan *customer experience* tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang secara langsung. Variabel *customer satisfaction* berhasil memediasi hubungan antara *discount*, *e-service quality* dan *customer experience* terhadap minat beli ulang secara positif dan signifikan. Sementara itu, *customer satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: *discount*, *e-service quality*, *customer experience*, *customer satisfaction*, minat beli ulang,