

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENINGKATAN MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI *E-COMMERCE* LAZADA DI KALANGAN SISWA KELAS XII IPS SMA AL-KAUTSAR BANDAR LAMPUNG

OLEH

ZALMA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap peningkatan minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi *E-Commerce* Lazada di kalangan siswa kelas XII IPS SMA Al-Kautsar. Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa aktif kelas XII IPS SMA Al-Kautsar Tahun 2022-2023. dengan jumlah 143 orang. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 59 siswa dengan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling*. Pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner. Analisis data menggunakan *Path Analysis* dan diolah dengan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas informasi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap peningkatan minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pengguna aplikasi *E-Commerce* Lazada dengan kadar determinasi sebesar 0,727 atau 72,7% peningkatan minat beli ulang dipengaruhi oleh kualitas informasi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk, dan kepuasan konsumen sisanya yaitu sebesar 27,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF INFORMATION QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PRODUCT QUALITY ON INCREASING REPURCHASE INTEREST THROUGH CONSUMER SATISFACTION USERS OF THE LAZADA E-COMMERCE APPLICATION IN CLASS XII IPS STUDENTS OF AL-KAUTSAR SMA BANDAR LAMPUNG

By

ZALMA

This study aims to determine the effect of information quality, service quality, and product quality on increasing repurchase interest through consumer satisfaction in Lazada E-Commerce application users among grade XII social studies students of Al-Kautsar High School. The method in this study uses descriptive verifiative with ex post facto approach and survey. The population in this study is active students of class XII social studies of Al-Kautsar High School in 2022-2023. with a total of 143 people. The number of samples in this study amounted to 59 students with nonprobability sampling techniques using simple random sampling. Data collection using questionnaires. Data analysis using Path Analysis and processed with the SPSS program. The results of this study show that there is an influence of information quality, service quality, and product quality on increasing repurchase interest through consumer satisfaction of Lazada E-Commerce application users with a determination level of 0.727 or 72.7% increase in repurchase interest influenced by information quality, service quality, and product quality, and the remaining consumer satisfaction of 27.3% is influenced by other factors.

Key words : *Information Quality, Service Quality, Product Quality, Repurchase Intention, Consumer Satisfaction*