

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan adanya data pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia, namun terdapat penurunan jumlah pengguna *e-commerce* Lazada.co.id sebagai penyedia jasa perdagangan secara elektronik. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *shopping experience*, harga, dan kualitas pelayanan elektronik terhadap *repurchase intention* pada konsumen *e-commerce* Lazada.co.id di Nyengseret Kota Bandung baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 90 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable *shopping experience*, harga, kualitas pelayanan elektronik, dan *repurchase intention* berada pada kategori kurang baik. Secara parsial besarnya pengaruh *shopping experience* terhadap *repurchase intention* sebesar 25,8%, harga terhadap *repurchase intention* adalah sebesar 24,2% dan kualitas pelayanan elektronik terhadap *repurchase intention* adalah sebesar 10,6%, sehingga didapatkan pengaruh *shopping experience*, harga, dan kualitas pelayanan elektronik terhadap *repurchase intention* konsumen secara simultan sebesar 60,7%.

Kata kunci: *shopping experience*, harga, kualitas pelayanan elektronik, *repurchase intention*