

SKRIPSI

***EXPERIENCE DAN PERCEIVED EASE OF USE SEBAGAI
PREDIKTOR TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA
PENGGUNA STEAM DI JAKARTA BARAT DENGAN
CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI***



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : JASON RICARDO GUNAWAN

NPM : 115140419

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2018

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : JASON RICARDO GUNAWAN

NPM : 115140419

PROGRAM JURUSAN : S1 / MANAJEMEN

KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

JUDUL SKRIPSI : *EXPERIENCE DAN PERCEIVED EASE OF USE* SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA STEAM DI JAKARTA BARAT DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Jakarta, 21 Desember 2018

Pembimbing,



(Dra. Rodhah, M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

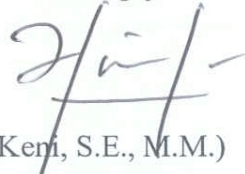
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : JASON RICARDO GUNAWAN
NIM : 115140419
PROGRAM / JURUSAN : SI / MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : *EXPERIENCE DAN PERCEIVED EASE OF USE* SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA STEAM DI JAKARTA BARAT DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Tanggal : 10 Januari 2018

Ketua Penguji:



(Dr. Keni, S.E., M.M.)

Tanggal : 10 Januari 2018

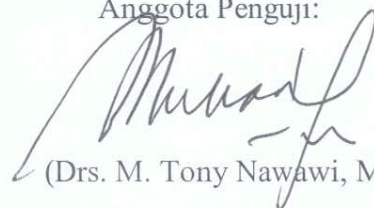
Pembimbing:



(Dra. Rodhiah, M.M.)

Tanggal : 10 Januari 2018

Anggota Penguji:



(Drs. M. Tony Nawawi, M.M.)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris fungsi *Experience* dan *Perceived Ease of Use* sebagai prediktor terhadap *Repurchase Intention* dan *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pengguna Steam di Jakarta Barat. Teknik pengambilan sampel adalah teknik tak acak *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan Steam di wilayah Jakarta Barat dengan jumlah responden 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner. Teknik analisis data yang dipakai adalah SEM. Hasil analisis menyimpulkan bahwa *customer satisfaction* merupakan mediator yang positif untuk memprediksi hubungan antara *experience* terhadap *repurchase intention*. *Experience*, *customer satisfaction*, dan *perceived ease of use* merupakan prediktor yang positif atas *repurchase intention*.

Kata kunci : *Experience, Perceived Ease of Use, Customer Satisfaction, dan Repurchase Intention*

ABSTRACT

This study aims to test empirically the function of Experience and Perceived Ease of Use as a predictor of Repurchase Intention with Customer Satisfaction as a mediator for Steam users in West Jakarta. The sampling technique is a purposive sampling. Samples in this study are consumers who had used Steam in West Jakarta with 100 respondents. Data collection techniques used through questionnaires. Data analysis technique used is SEM. The results of the analysis conclude that customer satisfaction is a positive mediator to predict the relationship between experience and repurchase intention. Experience, customer satisfaction, and perceived ease of use are positive predictors of repurchase intention.

Keyword : *Experience, Perceived Ease of Use, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention*