

## ABSTRAK

Perkembangan pengguna *internet* saat ini berpengaruh juga terhadap perkembangan pemasaran yang ada. Dimana para pemilik usaha barang maupun jasa sudah beralih dari pemasaran tradisional yang dimana pada awalnya pemasaran tersebut melalui koran, majalah atau brosur kini telah berkembang ke pemasaran yang lebih modern seperti *website*, *social media*, *e-commerce* dan masih banyak lagi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji apakah 1.*website design quality* berpengaruh positif terhadap kepercayaan 2.apakah *website design quality* berpengaruh positif terhadap *satisfaction* 3.apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap kepercayaan 4.apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *satisfaction* 5.apakah *satisfaction* berpengaruh positif terhadap kepercayaan 6.apakah *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* 7.apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden dengan karakteristik merupakan pelanggan yang telah melakukan pembelian ulang di toko sepatu JK Collection Shoes. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *Partial least Square-Structural Equation Modeling* dengan program *SmartPls*.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Penelitian ini menemukan bahwa *website design quality*, *service quality* dan *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *trust*, *website design quality* dan *service quality* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*, *trust* dan *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci : *Website Design Quality*, *Service Quality*, Kepercayaan Pelanggan, *Satisfaction*, *Repurchase Intention*.