

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dampak dari *discount*, *perceived ease of use*, *customer satisfaction*, serta *electronic word of mouth (E-WOM)* terhadap keputusan pembelian ulang di jasa Go-Food mahasiswa di Kabupaten Jember. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 400 responden. Untuk menganalisis data, digunakan metode regresi linier berganda. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *discount*, *customer satisfaction*, dan *E-WOM* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang. Namun, kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang dirasakan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa niat untuk membeli ulang dipengaruhi oleh pengalaman yang menyenangkan, harga yang kompetitif, serta rekomendasi dari orang lain. Oleh karena itu, perusahaan penyedia layanan seperti Go-Food sebaiknya fokus pada strategi diskon, upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat peran *E-WOM* untuk meningkatkan loyalitas para pelanggan.

Kata Kunci : *discount*, *perceived ease of use*, *customer satisfaction* dan *e-wom*



ABSTRACT

This study aims to examine the impact of discounts, perceived ease of use, customer satisfaction, and electronic word of mouth (E-WOM) on repurchase intentions in Go-Food services among students in Jember Regency. The approach used in this study was quantitative, with data collected through questionnaires distributed to 400 respondents. To analyze the data, a multiple linear regression method was used. The findings of this study indicate that discounts, customer satisfaction, and E-WOM have a positive and significant influence on repurchase intentions. However, perceived ease of use did not show a significant influence. These results indicate that repurchase intentions are influenced by pleasant experiences, competitive prices, and recommendations from others. Therefore, service providers such as Go-Food should focus on discount strategies, efforts to increase customer satisfaction, and strengthen the role of E-WOM to increase customer loyalty.

Keywords : Discount, Perceived Ease Of Use, Customer Satisfaction and E-WOM

