

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis peran *Customer Service*, *Shipping*, *Tracking*, *Return*, *Sales Promotion*, *Customer Satisfaction*, dan *Repurchase Intention* pada aplikasi E-Commerce Tokopedia. Pengumpulan data primer dilakukan selama 1 minggu dengan proses pendistribusian pada 13 Juli hingga 20 Juli 2023. Penelitian ini menggunakan sampel penelitian sebanyak 144 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan desain penelitian deskriptif dengan data empiris yang dikumpulkan melalui survey online. Data empiris kemudian diolah menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* untuk menguji sejumlah hipotesis yang diajukan.

Hasil penelitian ini *Customer Service* dan *Tracking* tidak berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Sedangkan *Shipping*, *Return*, dan *Sales Promotion* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*. Penelitian selanjutnya dapat menguji dengan menggunakan sampel yang berbeda serta menambahkan variable lain.

**Kata Kunci:** *Customer Service*, *Shipping*, *Tracking*, *Return*, *Sales Promotion*, *Customer Satisfaction*, *Repurchase Intention*