

ABSTRAK

FAYZA ANAS SYAHRANI, 22111021

PENGARUH *COMPLAINT SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *WORD OF MOUTH* PADA PELANGGAN CV. RUMAH SEDUH SURABAYA

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2026

Kata Kunci : *Complaint Satisfaction, Word Of Mouth, Repurchase Intention*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *complaint satisfaction* terhadap *repurchase intention* melalui *word of mouth* pada pelanggan CV. Rumah Seduh Surabaya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penanganan keluhan pelanggan dalam meningkatkan kepuasan, yang selanjutnya dapat mendorong komunikasi positif serta pembelian ulang.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan CV. Rumah Seduh yang pernah melakukan pembelian melalui marketplace. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan berdasarkan pendekatan Hair et al.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel *complaint satisfaction*, *word of mouth*, dan *repurchase intention* dengan menggunakan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 4.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bahwa *complaint satisfaction* berpengaruh terhadap *word of mouth* dan *repurchase intention*, serta *word of mouth* berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Dengan demikian, semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap penanganan keluhan, maka akan meningkatkan komunikasi positif antar konsumen serta mendorong niat pembelian ulang.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas penanganan keluhan pelanggan guna mendorong loyalitas dan pembelian ulang konsumen.