

ABSTRAK

Yuliana Setyowati (01011190075)

Eksplorasi Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, Keselamatan Transaksi, dan Referral dari Mulut ke Mulut pada Kepercayaan dan Kepuasan dalam E-Commerce Sosial: Implikasi untuk Niat Pembelian Ulang dan Referral dari Mulut ke Mulut Pengguna Tiktok Shop

(xiv + 134 halaman: 10 gambar; 26 tabel; 7 lampiran)

Tujuan penelitian ini adalah menguji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi repurchase intention dan wom intentions pada s-commerce Tiktok Shop di Indonesia. Penelitian ini menggunakan SmartPLS 4 untuk mengukur outer model dan inner model. Pengukuran outer model dilakukan dengan parameter indicator reliability, composite reliability, construct validity, dan discriminant validity. Pengukuran inner model dilakukan dengan melihat VIF, R², dan Q² dan P-Value. Penelitian ini memperoleh data dari 41 pretest dan 276 data actual yang diperoleh dari penyebaran kuisioner secara online. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa : (1) *reputation* memiliki pengaruh positif terhadap *trust* dan *satisfaction*, (2) *information quality* memiliki pengaruh positif terhadap *trust* dan *satisfaction*, (3) *transaction safety* memiliki pengaruh positif terhadap *trust* dan *satisfaction*, (4) *wom refferals* memiliki pengaruh positif terhadap *trust* dan *satisfaction*, (5) *satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *trust*, (6) *trust* memiliki pengaruh positif terhadap *repurhase intention* dan *wom intention*, (7) *satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *repurhase intention* dan *wom intention* dengan keseluruhan R-Square moderate hingga substantial, dan nilai Q-Square yang tergolong large predictive relevance.

Referensi: 70 (2007-2023)

Kata kunci: *reputation, information quality, transaction safety, wom refferals, trust, satisfaction, repurchase intention, wom intention.*