

## ABSTRAK

Irvan Sanjaya (00000026607)

PENGARUH *INTERACTIVITY*, *INFORMATION QUALITY*, *ENTERTAINMENT*, *E-TRUST*, *E-SATISFACTION*, DAN *E-LOYALTY* TERHADAP *PURCHASING INTENTION* (KASUS PADA PT. SHOPBACK MITRA SEJAHTERA)

(xiv + 99 halaman : 3 Gambar; 18 Tabel; 7 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *interactivity*, *information quality*, *entertainment*, *e-trust*, *e-satisfaction*, dan *e-loyalty* berpengaruh terhadap *purchasing intention*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *convenience sampling*. Penelitian ini ditujukan kepada pembaca *blog* ShopBack. Responden pada penelitian ini berjumlah 188 orang yang terdiri dari 114 orang wanita dan 74 orang pria. Kemudian, untuk menganalisis data digunakan PLS-SEM dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *interactivity*, *information quality*, *entertainment*, *e-trust*, *e-satisfaction*, dan *e-loyalty* berpengaruh positif terhadap *purchasing intention* di situs *web* ShopBack, yaitu *e-loyalty* pembaca *blog* ShopBack secara langsung berpengaruh positif terhadap *purchasing intention* ke situs *web* ShopBack. Selain itu *information quality*, *entertainment*, dan *interactivity* yang di mediasi oleh *e-trust* dan *e-satisfaction* secara tidak langsung berpengaruh juga terhadap *purchasing intention* ke situs *web* ShopBack.

Referensi : 106 (1975 – 2018)

Kata Kunci : *e-trust*, *e-loyalty*, *e-satisfaction*, *entertainment*, *information quality*, *interactivity*, *purchasing intention*