

ABSTRAK

Kimberly Evangelizta Loprang (02011200040)

ANALISIS PENGARUH QUALITY, VALUE, INNOVATIVENESS, DAN POPULARITY, TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI SATISFACTION PADA PELANGGAN TIKTOK SHOP DI SURABAYA

(xiii + 219 halaman: 24 gambar, 38 tabel, lampiran)

Media sosial menjadi salah satu yang paling penting untuk alat komunikasi, dengan adanya media sosial pengguna bisa berkomunikasi secara global dengan cepat dan instan di mana saja dan kapan saja. Bukan hanya sebagai media komunikasi dan informasi, internet dan media sosial juga memudahkan untuk melakukan transaksi dan berbisnis, sehingga bagi sebagian orang internet dan media sosial dapat menghasilkan keuntungan dengan cara jual beli *online*. Tiktok Shop merupakan salah satu fitur *e-commerce* dari platform Tiktok yang menyediakan fitur belanja *online* dan memungkinkan pengguna maupun para kreator mempromosikan dan menjual produk sekaligus melakukan aktivitas belanja.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor yang mempengaruhi *Quality, Value, Innovativeness, Popularity*, terhadap *Repurchase Intention* melalui *Satisfaction* pada pelanggan Tiktok pada pelanggan Tiktok Shop di Surabaya. Manfaat dari penelitian ini untuk dapat berguna dan memperkaya kajian ilmu manajemen khususnya bidang *e-commerce* yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi faktor *Quality, Value, Innovativeness, Popularity*, melalui *Satisfaction* sehingga dapat meningkatkan *Repurchase Intention*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana data dikumpulkan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Jenis teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *snowball sampling* dan data diolah menggunakan *software* AMOS 22. Kuisioner dibagikan kepada 180 responden dengan karakteristik pria dan wanita, berusia 18-60 tahun, berdomisili di Surabaya, telah menginstall aplikasi Tiktok dalam 6 bulan terakhir, pernah berbelanja dan menggunakan produk dari Tiktok Shop setidaknya 2 kali dalam 6 bulan terakhir.

Kata Kunci : *Quality, Value, Innovativeness, Popularity, Satisfaction, dan Repurchase Intention.*

ABSTRACT

Kimberly Evangelizta Loprang (02011200040)

ANALYSIS OF QUALITY, VALUE, INNOVATIVENESS, AND POPULARITY EFFECT ON REPURCHASE INTENTION THROUGH SATISFACTION ON TIKTOK SHOP CUSTOMERS IN SURABAYA

(xiii + 219 pages: 24 pictures, 38 tables, attachments)

Social media has become one of the most important communication tools, with social media users can communicate globally quickly and instantly anywhere and at any time. Not only as a medium for communication and information, the internet and social media also make it easier to carry out transactions and do business, so that some people on the internet and social media can make profits by buying and selling online. Tiktok Shop is one of the e-commerce features of the Tiktok platform which provides online shopping features and allows users and creators to promote and sell products while carrying out shopping activities. The aim of this research is to find out how much influence the factors that influence Quality, Value, Innovativeness, Popularity have on Repurchase Intention through Satisfaction among Tiktok customers on Tiktok Shop customers in Surabaya.

The purpose of this research is to find out how big the influence of the factors that influence Quality, Value, Innovativeness, Popularity, on Repurchase Intention through Satisfaction on Tiktok customers on Tiktok Shop customers in Surabaya. The benefit of this research is that it can be useful and enrich the study of management science, especially in the field of e-commerce which is related to factors that influence Quality, Value, Innovativeness, Popularity, through Satisfaction so that it can increase Repurchase Intention.

This research uses a quantitative method where data is collected using non-probability sampling techniques. The type of data collection technique used was snowball sampling and the data was processed using AMOS 22 software. Questionnaires were distributed to 180 respondents with the characteristics of men and women, aged 18-60 years, domiciled in Surabaya, had installed the Tiktok application in the last 6 months, had shopped and used products from Tiktok Shop at least 2 times in the last 6 months.

Keywords : Quality, Value, Innovativeness, Popularity, Satisfaction, and Repurchase Intention.