

**PENGARUH ELEKTRONIK *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK,
KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG *ONLINE* DI SITUS
TOKOPEDIA**

(Survey pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran”
Yogyakarta)

Nuha Rosyidah Susilo

141150359

nuharosyidah@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh elektronik *word of mouth*, citra merek, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang *online* di situs Tokopedia. Survey dilakukan pada mahasiswa S1 FEB UPN “Veteran” Yogyakarta pelanggan situs *online* Tokopedia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dan sampel yang digunakan sebanyak 110 responden. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) elektronik *word of mouth*, citra merek, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang *online* di Tokopedia, 2) elektronik *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang *online*, 3) citra merek tidak berpengaruh terhadap niat pembelian ulang *online*, 4) kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang *online*, 5) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang *online*. Pada pelanggan situs Tokopedia pada kalangan mahasiswa S1 FEB UPN “Veteran” Yogyakarta.

Kata Kunci: elektronik *word of mouth*, citra merek, kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan, niat pembelian ulang *online*, Tokopedia.