

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMODERASI OLEH *POSITIVE WORD OF MOUTH* (PWOM) DALAM PEMBELANJAAN ONLINE DI TOKOPEDIA
(Survey pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta)

HUSNA WIRAWAN

NIM : 141150437

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta

E-mail: husnawira77@gmail.com

Pembimbing I : Dr. Heru Trisutiono, M.Si

Pembimbing II: Dra. Yekti Utami, M.Si.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang yang dimoderasi oleh *positive word of mouth* dalam pembelian online di tokopedia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yaitu kepuasan konsumen, variabel terikat yaitu minat beli ulang, serta variabel moderasi yaitu *positive word of mouth*. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah model regresi sederhana, regresi moderasi dengan pendekatan selisih nilai mutlak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *positive word of mouth* (PWOM) terbukti dapat memoderasi pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada pembelian online di tokopedia.

Kata kunci : Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang, *Positive Word of Mouth* (PWOM)

