

**PENGARUH ELEKTRONIK *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK,
KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG**
(Survei pada pelanggan *e-commerce* Shopee di Kecamatan Depok Kabupaten
Sleman)

**INDY ANGGARINI
NIM. 141160354**

**Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
(Indyar41@gmail.com)**

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh elektronik *word of mouth*, citra merek, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang pada shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian mahasiswa di Kecamatan Depok, Sleman yang memiliki niat pembelian ulang pada shopee dengan jumlah sebanyak 150 responden. Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa elektronik *word of mouth*, citra merek, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang, elektronik *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang, kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang.

Kata kunci : elektronik *word of mouth*, citra merek, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan, niat pembelian ulang