

ABSTRAK

Dian Aisyah 2015/15059122 : Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, Dan Ewom Terhadap Minat Beli Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan.

Pembimbing : Yunita Engriani, SE.MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh kepercayaan terhadap minat beli dalam situs jual beli pengaruh positif, (2) pengaruh reputasi terhadap kepercayaan, pengaruh positif, (3) pengaruh kualitas informasi terhadap pengaruh positif trust, (4) persepsi ewom pada kepercayaan pengaruh positif, (5) pengaruh reputasi, kualitas informasi, ewom mempengaruhi minat beli melalui kepercayaan pengaruh positif, jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Penelitian ini dilakukan di kota Padang, Sumatera Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah semua situs Tokopedia yang membeli dan menjual situs tetapi tidak pernah melakukan pembelian. Sampel yang digunakan sebanyak 200 orang menggunakan teknik purposive sampling. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan program SmartPLS versi 3.0. (1) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (2) reputasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan, (3) kualitas informasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan pada pengaruh positif, (4) ewom pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengaruh positif, (5) pengaruh reputasi, kualitas informasi, ewom mempengaruhi minat beli melalui kepercayaan pengaruh positif.

Kata kunci: Minat Beli, Kepercayaan, Reputasi, Kualitas Informasi, Ewom