

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-Wom*, *perceived value* dan *E-Servqual* terhadap *purchase intention*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna internet di Indonesia yang merupakan pekerja berusia produktif yang pernah mengunjungi situs atau aplikasi Zalora namun belum pernah berbelanja *online* di Zalora. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 150 pekerja dengan usia produktif, dihitung berdasarkan rumus Hair. Metode penarikan sampel menggunakan *non probability sampling* (pemilihan *non random*) dengan Teknik yang digunakan yaitu Teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode *survey*, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa *E-Wom* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *purchase intention*. *Perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. *E-Servqual* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *E-Wom*, *Perceived value*, *E-Servqual*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of E-Wom, perceived value and E-Servqual on purchase intention. Population in this research are internet users in Indonesia who are productive age workers who have visited the Zalora site or application but have never shopped online at Zalora. The sample used was 150 workers of productive age, calculated based on Hair formula. The sampling method uses non-probability sampling (non-random selection) with the technique used is purposive sampling technique. The method of data collection using the survey method, with the research instrument is a questionnaire. The analysis method using Partial Least Square. This research proves that E-Wom has a negative and no significant effect on purchase intention. Perceived value has a positive and significant effect on purchase intention. E-Servqual has a positive and significant effect on purchase intention.*

*Keywords: E-Wom, Perceived value, E-Servqual*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA