

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh norma subjektif, hiburan, kontrol yang dipersepsikan pada kepuasan dan getok tular daring. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu norma subjektif, hiburan, dan kontrol yang dipersepsikan dan dua variabel dependen yaitu kepuasan dan getok tular daring.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability* dengan teknik purposive sampling. Jumlah sampel sebanyak 230 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarkan dengan kriteria yang sudah ditentukan yaitu berusia minimal 18 tahun dan pernah melakukan pembelian menggunakan perdagangan berbasis aplikasi bergerak (*m-commerce*).

Metode dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda dan regresi sederhana dengan menggunakan alat analisis SPSS 20. Temuan yang didapatkan dalam penelitian ini adalah kontrol yang dipersepsikan dan hiburan secara positif dan signifikan memengaruhi kepuasan dan getok tular daring dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap getok tular daring, sedangkan norma subjektif tidak berpengaruh terhadap kepuasan.

Kata kunci: Norma Subjektif, Hiburan, Kontrol yang Dipersepsikan, Kepuasan, Getok Tular Daring

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of subjective norms, entertainment, control perceived on satisfaction and getting online. This study uses three independent variables: subjective norms, perceived entertainment, and perceived control and two dependent variables, satisfaction and E-Wom.

Sampling in this study uses non-probability with a purposive sampling technique. The number of samples was 230 respondents. Data collection techniques are carried out using questionnaires distributed with predetermined criteria, namely at least 18 years old and have made purchases using mobile application-based trading (m-commerce).

The method in this study uses multiple regression and simple regression using SPSS 20 analysis tools. The findings obtained in this study are perceived control and entertainment positively and significantly influence online satisfaction and E-WOM and satisfaction has a positive and significant effect on E-WOM, while subjective norms do not affect satisfaction.

Keywords: *Subjective Norms, Entertainment, Perceived Control, Satisfaction, E-WOM*