

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembelian terdahulu terhadap niat beli ulang konsumen pada toko terhubung Zalora.co.id serta melihat adanya peran dari kehadiran sosial dan kepercayaan sebagai mediator.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *sampling* berupa *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 200 responden yang telah pernah bertransaksi di toko terhubung Zalora. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda, serta uji pengaruh mediasi untuk melihat pengaruh mediasi kehadiran sosial dan kepercayaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian terdahulu pada toko terhubung memiliki pengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen pada toko terhubung. Selain itu, variabel kehadiran sosial dan kepercayaan memiliki peran sebagai mediator dalam hubungan pembelian terdahulu dengan niat beli ulang konsumen.

**Kata kunci :** Pembelian terdahulu, kehadiran sosial, kepercayaan, niat beli ulang

## **ABSTRACT**

This study aimed to analyze the effect of past purchase to the consumer purchase intentions at online store Zalora.co.id and see the role of social presence and trust as a mediator.

Sampling was done by using a sampling method in the form of non-probability sampling with purposive sampling technique. The sample used in this study consisted of 200 respondents who have had dealings to the online store Zalora. Methods of data analysis used in this study are quantitatively using simple regression analysis and multiple regression analysis, and test the effect of mediation to see the effect of mediation social presence and trust.

The results showed that past purchases at the online store have a positive influence on repurchase intentions consumer at the online store. Furthermore, social presence and trust variables have a role as a mediator in the relationship past purchase to the consumers repurchase intention.

**Keywords:** Past purchase , social presence, trust, re-purchase intentions



**PENGARUH PEMBELIAN TERDAHULU TERHADAP NIAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH  
KEHADIRAN SOSIAL DAN  
KEPERCAYAAN: STUDI EMPIRIS PADA ZALORA.CO.ID**  
TAUFIK RAMADHAN, Handini Audita, S.E., M.Sc.  
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>