

## ABSTRAK

Penelitian mengenai kualitas informasi, kredibilitas sumber, kualitas akun, dan kepuasan pelanggan terhadap adopsi dan getok tular dengan mediasi kepercayaan akun pada akun Instagram Explore Jogja. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* sampling dengan tipe *purposive sampling* dan menggunakan persyaratan responden yang pernah mengakses akun Instagram Explore Jogja sebagai referensi dalam pemilihan akun kunjungan wisata. Terdapat 210 responden yang pada penelitian ini yang datanya diperoleh menggunakan skala likert 1-5 secara daring. Alat analisis yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS) dengan software SmartPLS versi 3.2.6.

Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa sembilan dari sepuluh hipotesis terdukung kecuali hipotesis kredibilitas sumber terhadap kepercayaan akun yang tidak terdukung. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi, kualitas akun, kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pada akun, sedangkan kredibilitas sumber tidak berpengaruh terhadap kepercayaan akun.

**Kata kunci** : kualitas informasi, kredibilitas sumber, kualitas akun, kepuasan pelanggan, kepercayaan akun, adopsi informasi, getok tular, akun Instagram.

## **ABSTRACT**

This research aims to examine the effect of quality of information, source credibility, account quality, and customer satisfaction on information adoption and word of mouth with mediation of account trust in Instagram account Explore Jogja. The sampling in this study using non-probability sampling technique with purposive sampling type and using the requirements of respondents are those who have accessed the Instagram account of Explore Jogja for a reference in the selecting of tourism sites. There are 210 respondent in this research which the data was obtained using likert scale 1-5 through online questionnaire. The analytical tool used in this study is Partial Least Square (PLS) with SmartPLS software version 3.2.6.

The results of this research analysis shows that nine out of ten hypotheses are supported except the source credibility hypothesis of unsupported account trust. This study shows that the quality of information, account quality, customer satisfaction significantly influence the account trust, while the source credibility does not affect the account trust.

Keywords: quality of information, source credibility, account quality, customer satisfaction, account trust, information adoption, word of mouth, Instagram account.