

ABSTRAK

Iqbal Saputra. 2022. Pengaruh *Reputasi, Kualitas Informasi, Dan E-Wom Terhadap Minat Beli* Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan . Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi S1 Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Ratmono, S.E., M.M. Pembimbing (2) Suwanto, S.E., M.M.

Kata Kunci: *Reputasi, Kualitas Informasi, E-Wom, Minat Beli*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Reputasi, Kualitas Informasi, Dan E-Wom Terhadap Minat Beli* Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan. Penelitian ini bersifat kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan menggunakan angka. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis yang meliputi pengujian persyaratan instrument, Pengujian persyaratan analisis dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Reputasi* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan pada situs jual beli online tokopedia. *Kualitas informasi* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan pada situs jual beli online tokopedia. *e-wom* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan pada situs jual beli online tokopedia. *Reputasi* berpengaruh signifikan terhadap *minat beli* pada situs jual beli online tokopedia. *Kualitas informasi* signifikan berpengaruh terhadap *minat beli* pada situs jual beli online tokopedia. *E-wom* signifikan berpengaruh terhadap *minat beli* pada situs jual beli online tokopedia.