

# **PENGARUH PRICE SENSITIVITY DAN E-WOM TERHADAP REPURCHASE INTENTION DENGAN ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN REFERENCE GROUP SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA APLIKASI ZOMATO**

## **ABSTRAK**

***Abstract:** The purpose of writing this study is to find latent variables that have a significant influence on repurchase intention variables, such as price sensitivity, e-WOM, online customer review (OCR), and reference group. The population used respondents in DKI Jakarta with a sample size of 181 people and analyzed 163 people using purposive sampling. The method used is quantitative by using a questionnaire as a research instrument. Data analysis techniques using Smart PLS. The result are price sensitivity and E-Wom have an effect on repurchase intention; OCR doesn't moderate the effect of Price Sensitivity and E-WOM to Repurchase Intention; Reference Group doesn't moderate the effect of Price Sensitivity and E-WOM to Repurchase Intention. This research was done to premium business in Jakarta. The purpose of writing this study is to find latent variables that have a significant influence on repurchase intention variables, such as price sensitivity, e-WOM, online customer review (OCR), and reference group. The population used respondents in DKI Jakarta with a sample size of 181 people and analyzed 163 people using purposive sampling. The method used is quantitative by using a questionnaire as a research instrument. Data analysis techniques using Smart PLS. The result shows price sensitivity and E-WOM have an effect on repurchase intention; OCR doesn't moderate the effect of Price Sensitivity and E-WOM to Repurchase Intention; Reference Group doesn't moderate the effect of Price Sensitivity and E-WOM to Repurchase Intention. This research was done to premium food & beverage business in Jakarta. For managerial implications, restaurant owner should put attention more on its pricing and e-WOM strategy to attract more customers to do repurchase.*

***Keywords:** e-WOM, online customer review, reference group, repurchase intention, price sensitivity*

**Abstrak:** Tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel laten yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel niat beli kembali, seperti sensitivitas harga, e-WOM, online customer review (OCR), dan kelompok referensi. Populasi yang digunakan adalah responden di DKI Jakarta dengan jumlah sampel 181 orang dan dianalisis 163 orang dengan menggunakan purposive sampling. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Teknik analisis data menggunakan Smart PLS. Hasilnya adalah sensitivitas harga dan E-Wom berpengaruh terhadap niat membeli kembali; OCR tidak memoderasi pengaruh Price Sensitivity dan E-WOM terhadap Repurchase Intention; Grup Referensi tidak memoderasi pengaruh Sensitivitas Harga dan E-WOM terhadap Niat Membeli Kembali. Penelitian ini dilakukan pada bisnis premium di Jakarta. Tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel laten yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel niat beli kembali, seperti sensitivitas harga, e-WOM, online customer review (OCR), dan kelompok referensi. Populasi yang digunakan adalah responden di DKI Jakarta dengan jumlah sampel 181 orang dan dianalisis 163 orang dengan menggunakan purposive sampling. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Teknik analisis data menggunakan Smart PLS. Hasilnya menunjukkan sensitivitas harga dan E-WOM berpengaruh terhadap niat beli kembali; OCR tidak memoderasi pengaruh Sensitivitas Harga dan E-WOM terhadap Niat Membeli Kembali; Grup Referensi tidak memoderasi pengaruh Sensitivitas Harga dan E-WOM terhadap Niat Membeli Kembali. Penelitian ini dilakukan pada bisnis makanan & minuman premium di Jakarta. Untuk implikasi manajerial, pemilik restoran harus lebih memperhatikan harga dan strategi e-WOM untuk menarik lebih banyak pelanggan untuk melakukan pembelian kembali.

**Kata kunci:** e-WOM, online customer review, reference group, repurchase intention, price sensitivity