

LAPORAN AKHIR

RESEARCH IN ACTION



PENGARUH FAKTOR-FAKTOR DI DALAM *TRUST* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *E-WOM*

Disusun oleh:

Agustinus Widyartono, S.E., M.Si. 0530067802

Ketua

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Akuntansi

UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS

PALEMBANG

JUNI 2019

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN**

Judul penelitian	: PENGARUH FAKTOR-FAKTOR DI DALAM <i>TRUST</i> DAN <i>PERCEIVED VALUE</i> TERHADAP E-WOM
Kode>Nama Rumpun Ilmu	: MANAJEMEN
Ketua peneliti	
a. Nama Lengkap	: Agustinus Widyartono, S.E., M.Si
b. NIDN	: 0530067802 / 161.2012.1
c. Jabatan Fungsional	: Asisten Ahli
d. Program Studi	: Manajemen
e. Nomor HP	: 081228324020
f. Alamat surel/email	: widyartono@ukme.ac.id
Anggota peneliti 1	
a. Nama Lengkap	:
b. NIDN	:
c. Perguruan Tinggi	:
Anggota peneliti 2	
a. Nama Lengkap	:
b. NIDN	:
c. perguruan tinggi	:
Penelitian Tahun ke-	: 1 (satu)
Biaya penelitian	: Rp. 3.000.000,-
Sumber Dana	: Unika Musi Charitas



Mengetahui
Dekan
Y. Andri Pratomo Bernadus, S.E., M.Sc., CA
NIDN. 0203117701

Palembang 15 Juni 2019
Ketua Tim,

Agustinus Widyartono, S.E., M.Si
NIDN. 0530067802



Mengetahui,
Kepala LPPM
Fransiska Soejono, S.E., M.Sc.
NIDN. 0216117701

**SURAT PERNYATAAN
KEABSAHAN KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agustinus Widyartono, S.E., M.Si
NIP : 161.2012.1
NIDN : 0530067802
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 30 Juni 1978
Pangkat, Golongan, TMT : Penata Muda Tk.I, Golongan III/b, 18 Februari 2014
Jabatan, TMT : Asisten Ahli / 1 Februari 2010
Bidang Ilmu/Mata Kuliah : Manajemen / Manajemen
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Unit Kerja : Fakultas Bisnis dan Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Ilmiah, seperti di bawah ini:

No.	Karya Ilmiah	Judul	Identitas Karya Ilmiah (ISBN/ISSN/Edisi/Tahun Terbit/Penerbit)	Alamat Unggah Online
1	Laporan Penelitian/Artikel	PENGARUH FAKTOR-FAKTOR DI DALAM TRUST DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP E-WOM	Dalam proses	Dalam proses

1. Adalah benar karya saya sendiri atau bukan plagiat hasil karya orang lain dan saya ajukan sebagai bahan Laporan Beban Kerja Dosen.
2. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini bukan karya saya sendiri atau plagiat hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 26 Juni 2019
Surat Pernyataan,

Agustinus Widyartono
NIDN : 0530067802

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor apa sajakah di dalam kepercayaan (*trust*) dan nilai yang dirasakan yang memiliki pengaruh terhadap *e-wom*. Beberapa faktor yang terdapat dalam kepercayaan yaitu *ability*, *benevolence* dan *integrity* serta beberapa faktor dalam *perceived value* yaitu *emotional value*, *social value*, harga dan *performance value* yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap *e-wom*. Secara empiris penelitian ini membuktikan bahwa faktor *benevolence* dalam trus memiliki pengaruh terhadap *e-wom*. Selain itu penelitian ini juga secara empiris membuktikan bahwa *social value*, harga dan *performance value* adalah faktor dalam *perceived value* yang lebih berpengaruh terhadap *e-wom*. Penelitian ini juga menemukan bahwa penyebab seseorang mau membagikan pengalamannya dalam menggunakan *e-commerce* adalah pembeli merasakan adanya kemudahan dalam menggunakan selama transaksi berlangsung, serta kelengkapan informasi yang diberikan atas sebuah situ *e-commece*.

Kata Kunci: kepercayaan, nilai yang dirasakan, *e-wom*, *e-commerce*

ABSTRACT

The purpose from this research is to test what the factors in trust and perceived value that have impact toward electronic word of mouth (e-wom). Some factors in trust are ability, benevolence and integrity and some factors in perceived value are emotional value, social value, price and performance value have more impact toward e-wom. As a empirical research this found that benevolence factor have more impact toward e-wom. Besides that, as a empirical research this found that social value, price and performance value had more impact toward e-worm. This reseach found that someone willing to share his experience to using e-commerce because easy to use as long transaction and the completing informasion in e-commercer web.

Keyword: trust, perceived value, e-wom, e-commerce