

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *e-repurchase*. *Website*, *E-WOM* dan *E-trust* adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya. Responden yang merupakan konsumen yang melakukan pemesanan melalui Pegipegi di Kota Semarang akan diteliti melalui faktor *website*, *E-WOM* dan *e-trust* yang akan mempengaruhi *e-repurchase*.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatif, dengan populasi sebanyak 100 responden yang melakukan pemesanan hotel melalui Pegipegi di kota Semarang dengan cara *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan pengukuran skala Likert. Metode analisis data menggunakan PLS.

Hasil dari penelitian ini adalah karakteristik *website* mempengaruhi *e-WOM* dan *e-trust* dengan hubungan positif. Dan *e-WOM* memiliki pengaruh yang positif pula terhadap *e-trust*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *e-WOM* dan *e-trust* memiliki pengaruh yang positif terhadap *e-repurchase*.

Kata kunci: *website*, *e-WOM*, *e-trust*, *e-repurchase*