

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *subjective norms*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavior Control*, *Knowledge*, *Health Belief*, dan *Perceived Value* Melalui *Attitude* Terhadap *Repurchase Intention* dan *WOM Intention* studi produk Scarlett Witening di *E-commerce* Shopee. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *subjective norms*, *perceived behavioral control*, *knowledge*, *healty belief*, *perceived value* dan *attitude*. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah *repurchase intention* dan *WOM intention*.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan PLS atau *Partial Least Square* dengan *software SmartPLS 4.0*. teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner aplikasi *google form* untuk mengumpulakn informasi responden. Sampel pada penelitian ini adalah seluruh pengguna produk Scarlett yang di batasi 100 responden.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Subjective Nomrs*, *Knowlegde*, *Healty Belief*, *Perceived Value* berpengaruh positif terhadap *Attitude*, Sedangkan *Perceived Behavioral Control* tidak berpengaruh positif terhadap *Attitude*. Dan *Attitude* berpengaruh terhadap positif terhadap *Repurchase Intention* dan *WOM Intention*.

Kata Kunci: *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control*, *Knowledge*, *Healty Belief*, *Perceived Value*, *Attitude*, *Repurchase Intention*, *WOM Intention*.