

ABSTRAK

Perkembangan e-commerce sudah sangat pesat dan memiliki pengaruh yang sangat besar untuk dunia bisnis di Indonesia. Hal ini pun sudah dirasakan pada industri penjualan mobil bekas secara online yang menawarkan kemudahan khususnya didalam pembelian mobil bekas yang bisa dilakukan dan diakses melalui website.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan mengambil sampel dan kuesioner sebagai alat bantu utama. Sampe pada penelitian ini adalah rekanan OLX AutosDealer yang sudah resmi bekerjasama dengan OLX Autos Dealer tetapi belum pernah transaksi. Tehnik yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner secara online. Data terhimpun dalam penelitian ini sebanyak 150 responden dengan menggunakan analisis metode Structural Equation Model (SEM).

Penelitian ini memberikan hasil analisa ringkas sebagai berikut: (1)*Utilitarian Value* memiliki pengaruh terhadap *Satisfaction*. (2)*Hedonic Value* tidak memiliki pengaruh terhadap *Satisfaction*. (3)*Social Value* memiliki pengaruh terhadap *Satisfaction*. (4)*Risk* tidak memiliki berpengaruh terhadap *Satisfaction*. (5)*Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention*. (6)*Utilitarian Value* tidak memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention*. (7)*Hedonic Value* tidak memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention*. (8)*Social Value* memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention*. (9)*Risk* tidakmemiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention*.

Kata Kunci: *Utilitarian Value, Hedonic Value, Social Value, Risk, Satisfaction, PurchaseIntention*