

ABSTRACT

This study discusses the concept of "*Enhancing repurchase intention through mobile search and perceived control*" which aims to examine *mobile dependence, predisposition to comply with mobile device input, mobile search and perceived control* in influencing *repurchase intention*. 180 respondents consisting of online shop users in Central Java were used to test the relationship between variables. The test results in this study used *purposive sampling*. Among the related variables are expected to enrich marketing knowledge for themselves, and can be implemented by various online shop sites. By examining in-depth literature on the variables analyzed, this article offers unique variables related to *repurchase intention* for consumers.

Keywords : *Perceived control, mobile search, mobile dependence, predisposition to comply with mobile device input and repurchase intention.*

ABSTRAK

Penelitian ini mendiskusikan konsep mengenai “*Enhancing repurchase intention through mobile search and perceived control*” yang bertujuan untuk menguji *mobile dependence*, *predisposition to comply with mobile device input*, *mobile search and perceived control* dalam mempengaruhi *repurchase intention*. 180 responden yang terdiri atas pengguna online shop di Jawa Tengah digunakan untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil tes dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Di antara variabel terkait diharapkan dapat memperkaya ilmu pemasaran bagi diri sendiri, dan dapat diimplementasikan oleh berbagai situs online shop. Dengan memeriksa literatur yang mendalam dari variabel-variabel yang dianalisis, artikel ini menawarkan variabel unik yang terkait dengan *repurchase intention* bagi konsumen.

Kata Kunci : *Kontrol yang dirasakan, pencarian seluler, ketergantungan seluler, predisposisi untuk mematuhi input perangkat seluler dan pembelian ulang.*