

Analisis kepercayaan konsumen terhadap situs jual beli tokobagus.com: antecedents dan outcome = Analysis of online trust in Tokobagus.com: antecedents and outcome

Arthur Dias, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20332925&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Salah satu fenomena e-commerce di Indonesia adalah dengan munculnya situs jual beli online. Salah satu situs jual beli online di Indonesia sedang berkembang adalah tokobagus.com. Tokobagus.com merupakan salah satu situs yang menyediakan tempat jual beli terbesar di Indonesia dimana perusahaan dan perorangan dapat menjual dan membeli produk maupun jasa. Sampai 11 Juni 2012, Situs ini mempunyai 998.864 iklan aktif dan 2.262.398 member. Banyak kemudahan yang dapat di temui dalam transaksi online, akan tetapi faktor kepercayaan masih menjadi isu penting yang menghambat konsumen untuk melakukan pembelian secara online. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kepercayaan konsumen terhadap niat pembelian produk melalui situs jual beli di tokobagus.com dan melihat pengaruh dari e-commerce knowledge, perceived reputaion, perceive risk dan perceive technology terhadap kepercayaan konsumen pada situs tokobagus.com. Untuk mencapai tujuan studi ini, peneliti mengembangkan model penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kepercayaan dan niat pembelian melalui situs tokobagus.com. Penelitian ini juga mendapatkan hasil, bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan terhadap ecommerce, reputasi perusahaan, resiko dan perceive technology secara signifikan berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen terhadap situs tokobagus.com. Dari penelitian ini juga didapatkan hasil bahwa perceived technology berpengaruh secara langsung kepada niat pembelian. Implikasi dari temuan ini dibahas bagi para peneliti dan praktisi.

<hr>

Abstract

One e-commerce phenomenon is the emerge of shopping online sites. One of the shopping online site in Indonesia is tokobagus.com. Tokobagus.com is one of the sites that provide the biggest selling points in Indonesia where companies and individuals can sell and buy products and services. Until June 11, 2012, This site contains 998,864 advertisements and 2,262,398 members. There are many benefits that can be found in an online transaction, but the trust factor is still the key issues that hamper consumers to make purchases online decision. Therefore, the purpose of this study are 1) to investigate the effects of consumer?s online trust on their purchase intention in tokobagus.com and 2) to investigate the effects

of e-commerce knowledge, perceived reputation, perceived risk and perceived technology to online trust in tokobagus.com. To achieve the objectives of this study, researcher developed a research model. The results of this study indicate that there is a significant relationship between trust and purchase intention in tokobagus.com. The study also indicates that factors such as knowledge of e-commerce, perceived reputation, perceived risk, perceived technology significantly affect consumer online trust in tokobagus.com. Moreover, this study also showed that perceived technology directly affects the purchase intention. Implications of these findings are discussed for researchers and practitioners.