

Pengaruh Nilai Tambah Terhadap Minat Beli (Studi Pada Online Shop Zalora) = The Effect Of Added Value Toward Purchase Intention (Study On Online Shop Zalora)

Alina Kamaria Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20346344&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh nilai tambah terhadap minat beli konsumen di Online Shop Zalora. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 130 warga masyarakat baik dari kalangan pelajar/mahasiswa maupun pekerja di wilayah Jakarta yang menyukai online shopping serta pernah mengunjungi website zalora dalam kurun waktu 3 bulan namun belum pernah berbelanja di Zalora dengan menggunakan metode non-probability sampling serta teknik snowball. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa nilai tambah memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat beli. Nilai tambah memiliki hubungan terhadap minat beli sebesar 40.8% dan sisanya sebesar 59.2% dipengaruhi oleh faktor lain.

.....

The objective of this research is to analyze how th effect of added value toward consumer purchase intention in the Online Shop Zalora. This research applied quantitative approach. Study sample was 130 community members in Jakarta whom had fulfilled certain criteria. The criteria were has interest in online shopping, had visit Zalora website within 3 months but never shopping in Zalora website, collected using non-probability sampling and snowball technique. The result of this research indicate that added value have a strong effect toward purchase intention. Added value effect purchase intention equal to 40.8%, and the residue equal to 59.2% effected by some other factor.