

Peran mediasi kepercayaan dalam membentuk niat pembelian ulang pada konsumen website zalora Indonesia = The mediating role of trust in creating customer repurchase intention on zalora Indonesia website

Miranti Setiasih Achari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368342&lokasi=lokal>

Abstrak

E-Commerce merupakan cara bisnis yang banyak digemari pengusaha belakangan ini karena cara ini memberikan banyak keuntungan, baik untuk perusahaan maupun konsumen. Zalora merupakan pelopor perusahaan e-Commerce B2C (Business-to-Customer) yang ada di Indonesia sejak awal tahun 2012. Penelitian ini mengambil objek konsumen website Zalora Indonesia yang berada di wilayah Jabodetabek, berusia antara 18-49 tahun, dengan latar belakang pendidikan minimal SMA, dan pernah berbelanja di website Zalora.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kepercayaan konsumen dengan niat pembelian ulang mereka di website tersebut. Variabel-variabel terkait yang digunakan dalam penelitian ini adalah Trust, Reputation, Capability of Order Fulfilment, Website Quality dan Repurchase Intention. Responden dalam penelitian ini berjumlah 256 dan metode analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM), diolah dengan program LISREL 8.70.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan hipotesis penelitian diterima dan hal ini membuktikan bahwa peran mediasi kepercayaan memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan niat pembelian ulang.

.....E-Commerce is another way to do business which commonly used by entrepreneurs nowadays because it gives a lot of benefits; not only for the company, but also for the customers. Zalora is the first e-Commerce company for Business-to-Customers (B2C) in Indonesia since early 2012. This study took an object of customers from Zalora Indonesia website who live around Jabodetabek, 18-49 years old, have minimal education background in high school, and have experience of buying in Zalora's website.

The purpose of this study is to see the influence of customers' trust to their repurchase intention in Zalora's website. Related variables that are used in this study are Trust, Reputation, Capability of Order Fulfillment, Website Quality and Repurchase Intention. The numbers of respondents who participate in this study are 256 and method of analysis that used in this study is Structural Equation Modeling (SEM), processed with LISREL 8.70 software.

The results of this study indicate that all of the hypotheses are accepted and this proved that role of mediating trust have significant and positive relationship to repurchase intention.