

Pengaruh harga dan kepercayaan terhadap intensi pembelian online studi kasus : Zalora. Com = The influence of price and trust in online purchase intention case study : zalora.com / Auditiya Irwanda

Auditiya Irwanda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20387272&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu mana yang lebih mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian online. Ada dua faktor penting yang mempengaruhi pembelian, yaitu, harga dan kepercayaan. Penelitian ini membahas mengenai kedua faktor tersebut pada pelanggan tetap dan pelanggan potensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki efek yang kuat bila dibandingkan dengan harga pada pelanggan tetap dan pelanggan potensial. Selain itu, kepercayaan memiliki efek yang lebih kuat pada pelanggan potensial. Dan harga memiliki efek yang lebih kuat pada pelanggan tetap.

<hr>

This study aims to find out which one is more affecting consumers in making online purchases. There are two important factors that influence the purchase, ie, price and trust. This study discusses about the two factors on repeat customers and potential customers. The results showed that the trust has a strong effect on the price when compared to regular customers and potential customers. In addition, the trust has a stronger effect on potential customers. And the price has a stronger effect on repeat customers.