

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pembeli muda dalam konteks online = Factors affecting young shopper satisfaction in online context

Ardha Fachri Tascha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20402929&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah faktor teknologi, faktor belanja, dan faktor produk mempengaruhi kepuasan pelanggan online. Dalam penelitian ini faktor teknologi terdiri dari keamanan, kegunaan & desain situs, dan juga privasi. Faktor belanja terdiri dari, kenyamanan kepercayaan & kepercayaan, dan pengiriman. Faktor Produk terdiri dari merchandising, nilai produk, dan kustomisasi produk. Metode sampling yang digunakan adalah convenience dan responden berasal dari sekitar Jakarta (Jabodetabek). Hipotesis diuji menggunakan structural equation modeling (SEM) dengan menggunakan AMOS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor teknologi, faktor belanja, dan faktor produk memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan online. Temuan penelitian ini berguna untuk penelitian masa depan dalam topik ini.

The purpose of this study is to examine whether technology factors, shopping factors, and product factors have positive effect toward online customer satisfaction. In this research technology factor consisted of security, usability & site design, and also privacy. Shopping factors consisted of convenience, trust & trustworthiness, and delivery. Product factors consisted of merchandising, product value, and product customization. Convenience sampling method was used and respondents were from Greater Jakarta (Jabodetabek). The hypotheses are tested using structural equation modeling (SEM) using AMOS 22.

The results of this research indicate that technology factor, shopping factor, and product factor significantly had a positive effect toward online customer satisfaction. The findings of this research are useful for future research in this topic.