

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi repurchase intention pada C2C e-commerce: studi kasus PT XYZ = Analysis of factors that affect repurchase intention in C2C e-commerce: a case study of XYZ company

Dimas Maulana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20405179&lokasi=lokal>

Abstrak

Beberapa perusahaan C2C E Commerce memperoleh pendapatan dari setiap transaksi yang terjadi di situs tersebut Rendahnya jumlah transaksi yang dialami oleh PT XYZ menyebabkan rendahnya jumlah pendapatan yang diperoleh Usaha yang dikeluarkan untuk membuat pelanggan lama kembali melakukan transaksi di situs xyz com lebih sedikit dibandingkan usaha yang dikeluarkan untuk membuat pelanggan baru melakukan transaksi Oleh karena itu menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi repurchase intention menjadi penting bagi PT XYZ Model penelitian ini diadaptasi dari DeLone McLean Updated IS Success Model dan Expectation Confirmation Model serta beberapa penelitian sebelumnya yang relevan Data yang terkumpul dari kuesioner online adalah sebanyak 348 data valid Metode yang digunakan untuk analisis data adalah Structural Equation Modeling SEM berbasis variance yaitu Partial Least Square PLS dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 2 0 M3 Dari analisis data penelitian diperoleh hasil yaitu satisfaction with sellers dan trust in platform provider adalah faktor yang mempengaruhi repurchase intention secara langsung Sedangkan perceived quality of sellers perceived quality of platform perceived value dan trust in sellers merupakan faktor yang mempengaruhi repurchase intention secara tidak langsung.

Some C2C E Commerce companies earn revenue from every transaction that occurs at the sites The low number of transactions experienced by XYZ company causes low amount of income earned Effort in making customers conduct repeated transactions on the site xyz com is less than the effort in attracting new customers Therefore analyzing the factors that affect repurchase intention becomes important for XYZ company The research model was adapted from DeLone McLean Updated IS Success Model and Expectation Confirmation Model as well as some relevant previous studies The online questionnaire had collected 348 valid data The method used for data analysis is Structural Equation Modeling SEM variance based which is Partial Least Square PLS by using SmartPLS 2 0 M3 Results show that satisfaction with sellers and trust in the platform provider are factors that directly affect repurchase intention Meanwhile the perceived quality of sellers the perceived quality of the platform perceived value and trust in sellers are factors that affect repurchase intention indirectly.