

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi repurchase intention pelanggan e-commerce B2C : studi kasus PT XYZ = Analysis of factors affecting repurchase intention B2C e-commerce customers : case study PT XYZ

Mohammad Nur Aliman Karim, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434330&lokasi=lokal>

Abstrak

Teknologi saat ini sangat berkembang pesat, khususnya di bidang teknologi informasi. Banyak perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan teknologi internet untuk membantu meningkatkan bisnisnya. Dari hanya sebatas media untuk meningkatkan brand awareness sampai dengan menjual produknya melalui internet. Salah satunya adalah PT XYZ yang memiliki situs e-commerce xyz.com. Banyaknya pesaing menuntut para PT XYZ untuk meningkatkan kinerja mereka yang salah satunya diperoleh dengan cara meningkatkan jumlah transaksi yang dilakukan oleh pelanggan lama. Pada tulisan ini akan dibahas faktor-faktor yang mempengaruhi repurchase intention pelanggan XYZ.com.

Model penelitian ini diadaptasi dari model DeLone & McLean Updated IS Success Model, Expectation-Confirmation Model, dan beberapa penelitian sejenis. Pengambilan data untuk penelitian ini menggunakan survei kepada para pelanggan XYZ.com melalui media online. Dari data isian kuesioner yang terkumpul didapatkan sebanyak 374 data valid. Setelah data survey terkumpul kemudian akan dianalisa menggunakan metode structural equation modeling (SEM) berbasis variance yaitu partial least square (PLS) dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa customer satisfaction dan customer trust berpengaruh secara signifikan terhadap repurchase intention.

Technology has been expand so fast for now, specially for information technology. Many company use internet to improve their business. From simply use internet just for increasing brand awareness to selling their product through internet as their main channel. One of those company is PT XYZ with their e-commerce website XYZ.com. Because of business competition forced PT XYZ want to improve transaction from their existing customer to boost their performance. This research will explain factors that impacting repurchase intention customers on XYZ.com.

The resarch model was adapted from DeLone & McLean Updated IS Success Model, Expectation-Confirmation Model and other similar research. Data was collected using survey to XYZ.com customers through online survey. There is 374 valid data was collected from survey. Data was analysed using structural equation modeling (SEM) variance based that called partial least sqare (PLS) by using SmartPLS 3.0. This research resulting customer satisfaction and customer trust affect significantly to repurchase intention.