

Pengaruh kualitas sistem, informasi, dan pelayanan terhadap repurchase intention dengan layanan online-to-offline (O2O) pada pengguna jasa E-commerce di Indonesia = The influence of system information and services quality toward repurchase intention using online to offline (O2O) service on E-commerce users in Indonesia

Irene Sherlyta Gloria, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20455769&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas mengenai pengaruh kualitas sistem, layanan, dan informasi terhadap intensi pengguna jasa E-Commerce di Indonesia untuk kembali menggunakan layanan Online-to-Offline O2O . Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode riset deskriptif cross sectional. Pada penelitian ini digunakan sebagian Model Sistem Informasi DeLone McLean untuk menentukan variabel-variabel pengukuran terhadap intensitas penggunaan. Melalui penyebaran kuesioner, didapatkan data dari 111 responden yang berusia 16 tahun keatas dan pernah berbelanja online menggunakan layanan Online-to-Offline O2O . Setelah melakukan pengujian data menggunakan regresi linier berganda, diperoleh hasil bahwa dari 3 variabel, hanya variabel kualitas sistem dan kualitas informasi yang dapat mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan kembali layanan O2O di masa depan. Selain itu, ditemukan juga bahwa masih banyak responden yang tidak mengetahui layanan O2O sehingga dari penelitian ini menyarankan perusahaan-perusahaan E-Commerce untuk meningkatkan awareness terhadap layanan O2O kepada penggunanya agar layanan O2O dapat dimanfaatkan secara maksimal bagi keuntungan dan keberlangsungan perusahaan.

ABSTRACT

This thesis discusses about the influence of system, information, and service quality toward the intention of E Commerce users in Indonesia to repurchase using Online to Offline O2O again. This is a quantitative research which applying cross sectional descriptive research. In this research, DeLone McLean Information System model is used to determine the measurement variables toward usage intention. Through questionnaire distribution, there are 111 respondents acquired with age 16 years old and above and they have ever shopped online using Online to Offline O2O service. According to the multiple linier regression test, the results state that from the 3 variables, only system quality and service quality which positively and significantly influence the intention to repurchase using Online to Offline O2O service in the future. In addition, it is also found that there are still many respondents who do not know the O2O service, hence, this research advises E Commerce companies to increase awareness of O2O service to their users so that O2O service can be utilized maximally to increase profit and sustainability of the company.