

Pengaruh penerimaan teknologi, faktor sosial, kepuasan, kualitas informasi dan layanan terhadap repurchase intention dari produk digital pada aplikasi e-commerce di Indonesia = Effect of technology acceptance social factor satisfaction information quality and services towards repurchase intention of digital products on e commerce application in Indonesia

Andre Fajar Insani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474090&lokasi=lokal>

Abstrak

E-Commerce sebagai penengah yang mempertemukan antara konsumen dan juga produsen berkembang dan menyediakan jasa produk digital. Digital product atau digital goods sendiri merupakan produk yang tidak memiliki bukti fisik namun memiliki kegunaan bagi pemiliknya yang dapat dikonsumsi atau diproduksi kembali Quah, 2003. Di Indonesia, produk digital yang populer dikonsumsi mulai dari pulsa, pembelian token PLN, voucher game, hingga pemesanan akomodasi dan tiket perjalanan. Hal ini dikarenakan kemudahan yang disediakan oleh produk digital dan juga fitur-fitur yang ada di aplikasi E-Commerce menyebabkan mudahnya pembelian produk digital pada aplikasi E-Commerce, maka menarik untuk dianalisa faktor apakah yang menyebabkan repurchase intention untuk produk digital ini terutama di aplikasi E-Commerce.

.....E-Commerce as a medium that connects buyers and sellers now has developed, and now you can purchase digital goods through E Commerce. Digital Goods is a product that has no physical form but have function that can be consumed Quah, 2003. In Indonesia, popular digital goods such as mobile phone balance, electricity bills, game vouchers, and accommodation tickets. This is because the easiness of purchasing digital goods compared to traditional ways and the features that people can enjoy from E Commerce application making purchase of digital goods easy to do. So, it is interesting to be analyzed what factor causes repurchase intention of digital goods on E-Commerce application.