

Analisis faktor-faktor yang memengaruhi sikap konsumen dan minat beli konsumen terhadap penawaran e-voucher di Indonesia = Analysis factors influencing consumers attitudes and purchase intention of e-voucher in Indonesia

Devina Aulia Mahaputra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474578&lokasi=lokal>

Abstrak

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi banyak menciptakan gaya hidup masyarakat yang baru. Penggunaan internet pada segala aktivitas telah menjadi fenomena yang lumrah bagi masyarakat Indonesia. Terdapat beberapa alasan yang dijadikan dasar oleh sebagian besar masyarakat Indonesia dalam penggunaan internet. Hal ini dijabarkan oleh Survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017 yang mengkaji alasan masyarakat dalam penggunaan internet di bidang ekonomi, diantaranya adalah mencari harga, pekerjaan, mencari informasi produk atau jasa, pembelian online, mencari pekerjaan, media transaksi perbankan dan sebagai media penjualan online.

Penelitian ini membahas mengenai Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Sikap Konsumen Dan Minat Beli Konsumen Terhadap Penawaran E-Voucher Di Indonesia. Model penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Cheah, Phau, Liang, 2015. Dengan metode SEM, didapatkan bahwa perceived value dan price consciousness berpengaruh positif dan signifikan terhadap attitude toward to e-voucher dan attitude towards to e-voucher, normative influence, informative influence dan perceived behavioural control memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intention to buy.

.....Along with the times and technological advances, there are many new lifestyles of society. The use of the internet has basically become a common phenomenon for the people of Indonesia. There are several reasons that most Indonesians use in internet. This is described by the Survey conducted Association of Indonesian Internet Service Providers, 2017 which examines the reasons use of the Internet in the economic field, namely seeking information, jobs, seeking information, or transactions, online purchasing, job search, media transactions banking and as an online sales medium.

A study that discusses the factors that influence consumer attitudes and buy consumer intention on E Voucher offers in Indonesia. This research model is a replication of the research that has been done by Cheah, Phau, Liang, 2015. With SEM method, it is found that the perceived value and price of positive and significant awareness of attitudes towards e vouchers and attitudes toward e vouchers, informative influence and perceived behavioral control have a positive and significant influence on buying intention.