

Analisis faktor-faktor penerimaan yang memengaruhi pembelian kembali pelanggan pada b2c: studi kasus XYZ.com = Analysis of acceptance factors that affect customer repurchase intention on b2c: case study of XYZ.com

I Made Eka Ariantana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20479173&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mendorong niat untuk membeli kembali di XYZ.com. Mengacu pada Business Performance Review kedua di tahun 2017, saat ini prioritas utama dari XYZ.com adalah bagaimana agar pelanggan melakukan transaksi secara berkelanjutan di XYZ.com. Saat ini member yang pernah melakukan transaksi lebih dari satu kali hanya 34 dari seluruh jumlah transaksi. Selain itu lesunya industri ritel di Indonesia membuat XYZ.com perlu mencari faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kembali agar konsumen tetap berbelanja di XYZ.com secara berkelanjutan. Data penelitian ini dikumpulkan selama 4 minggu, analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Structural Equation Model-PLS terhadap responden yang merupakan member dari XYZ.com.

Hasil dari analisis penelitian ini, dapat diketahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat berbelanja kembali pada XYZ.com, yaitu kualitas situs/website site quality, konfirmasi confirmation, kepuasan pengguna customer satisfaction, kepercayaan pengguna customer trust, penyesalan regret. Faktor kepuasan pengguna customer satisfaction, kepercayaan pengguna customer trust, dan penyesalan regret merupakan faktor yang memengaruhi niat membeli kembali secara langsung. Kemudian, faktor yang tidak secara langsung memengaruhi niat membeli kembali adalah kualitas situs/website site quality dan konfirmasi confirmation.

..... This research aims to determine factors that driving repurchase intention at XYZ.com. Referring to the second Business Performance Review in 2017, the top priority of XYZ.com is how to keep customers to repurchase in XYZ.com. Currently only 34 members from the total number of transaction who have purchase more than one time. In addition, the sluggishness of the retail industry in Indonesia makes XYZ.com need to find factors that affect repurchase in order to keep consumers shopping at XYZ.com. This research data collected for 4 weeks, data analysis in this research applies Structural Equation Model-PLS approach to respondents who are member from XYZ.com.

The results of this research analysis, factors that affect the Repurchase Intention at XYZ.com are site quality, confirmation, customer satisfaction, customer trust, regret. Customer satisfaction, Customer trust, and regret are factors that affect the Repurchase intention directly. Then, site quality and confirmation are factors that do not directly affect to Repurchase intention.