

Analisis pengaruh merchants dan platform providers terhadap tingkat kepercayaan pengguna C2C e-commerce di Indonesia pada niat untuk melakukan belanja daring = Analysis of the influence of merchants and platform providers on C2C E-commerce consumer trust level in Indonesia at the intention to purchase online

Viky George Lettu Radja Pono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482621&lokasi=lokal>

Abstrak

Revolusi teknologi informasi telah memicu terbentuknya pola pergaulan yang baru serta globalisasi kegiatan ekonomi secara strategis. E-commerce mulai berkembang dalam beberapa tahun terakhir ini. Hal baru saat ini yang menjadi masalah penting yaitu kepercayaan daring, berdasarkan dari besarnya publisitas kebocoran informasi, pembajakan akun, dan pelanggaran privasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa yang memengaruhi kepercayaan daring pengguna C2C e-commerce di Indonesia terhadap merchants dan platform providers terhadap niat dalam melakukan belanja daring. Dengan menggunakan metode olah data kuantitatif, kuesioner akan dibagikan secara daring kepada responden yang merupakan pengguna C2C e-commerce di Indonesia. Kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan PLS-SEM.

Penelitian ini menghasilkan kepercayaan pada merchants dipengaruhi oleh dari kualitas informasi, kualitas pelayanan dan reputasi dari merchants tersebut, sedangkan kepercayaan pada platform providers dipengaruhi oleh kualitas informasi, kualitas sistem, sertifikasi pihak ketiga dan reputasi dari platform providers tersebut.

Dalam penelitian ini, kepercayaan konsumen dalam C2C e-commerce ditemukan hanya dipengaruhi oleh kepercayaan pada platform providers. Pada akhirnya, dengan mendapatkan dan meningkatkan kepercayaan konsumen maka akan sejalan dengan meningkatkan niat konsumen dalam melakukan pembelian.

.....The information technology revolution has triggered the formation of new social patterns and the globalization of strategic economic activities. E-commerce has started to develop in recent years. The new thing that is currently an important issue is online trust, based on the amount of publicity of information leakage, account hijacking, and violation of privacy.

This study aims to find out what factors influence the online trust of C2C e-commerce users in Indonesia to merchants and platforms providers in their intention to shop online. By using quantitative data processing methods, the questionnaire will be distributed online to respondents who are C2C e-commerce users in Indonesia. The questionnaire was then analyzed using the PLS-SEM approach.

This research generated trust in merchants influenced by the quality of information, service quality and reputation of these merchants, while trust in platform providers was influenced by the quality of information, system quality, third party certification and reputation of the platform providers.

In this study, consumer trust in C2C e-commerce was found to be only influenced by trust in platform providers. In the end, getting and increasing consumer trust will be in line with increasing consumer intentions in making purchases.