

Analisis pengaruh kualitas integrasi saluran melalui omnichannel retailing terhadap customer engagement serta implikasinya pada repurchase intention dan positive word-of-mouth = Analysis the effect of channel integration quality through omnichannel retailing on customer engagement and its implications in repurchase intention and positive word-of-mouth

Anzil Sifa Fauziah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20493521&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas integrasi saluran melalui omnichannel retailing terhadap keterlibatan pelanggan (customer engagement) dan hasil positif dari keterlibatan konsumen tersebut berupa niat pembelian ulang (repurchase intention) dan penyebaran pesan positif dari mulut ke mulut (positive word-of-mouth). Desain penelitian yang digunakan adalah conclusive-causal untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode single cross sectional. Metode pengumpulan data dengan menggunakan self-administrated-survey yang disebarakan secara online menggunakan google form. Data primer diperoleh dari 100 responden yang pernah mengunjungi online dan offline store Berrybenka dan berbelanja di online atau offline store Berrybenka dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Olah data dalam penelitian ini dilakukan dengan Structural Equation Modeling(SEM) dengan menggunakan software SmartPLS.3. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas integrasi saluran berpengaruh secara positif terhadap customer engagement dan customer engagement berpengaruh secara positif pada repurchase intention dan positive word-of-mouth.

<hr>

This study aims to determine the effect of channel integration quality through omnichannel retailing on customer engagement and the positive results of consumer involvement in the form of repurchase intention and the spread of positive messages by word of mouth (positive word-of-mouth) The research design used is conclusive-causal to determine the influence between variables. The sampling method used in this study is a singlecross-sectionalmethod. Methods of collecting data usedself-administered surveys that are distributed online using Google Form. Primary data was obtained from 100 respondents who had visited Berrybenkas online and offline store and shop at Berrybenkas online or offline store in the past 6 months. The data in this study was carried out by Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS software.3. The results in this study indicate that the quality of channel integration positively influences customer engagement and customer engagement positively influences repurchase intention and positive word-of-mouth.