

Driving factors of consumer purchase intention in shopping apps = Faktor pendorong niat pembelian konsumen dalam aplikasi belanja

Muhammad Nigel Cakrawardhana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20498192&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat aplikasi seluler meningkat, hal itu menimbulkan pertanyaan terhadap bagaimana konteks digital baru akan dipelajari. Namun, literatur yang ada tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian m-commerce telah menciptakan dikotomi palsu antara lingkungan eksternal (*e-servicescape*) dan respons internal (*perilaku konsumen*). Oleh karena itu, makalah ini mensintesis dua jalur studi untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian dalam aplikasi belanja ritel. Faktor *e-servicescape* seperti tata letak dan fungsionalitas dan daya tarik estetika, serta faktor perilaku konsumen seperti nilai hedonis dan utilitarian telah diperdebatkan secara positif mempengaruhi niat pembelian. Oleh karena itu, kontribusi ini ditujukan bagi akademisi dan pemasar untuk mempertimbangkan perspektif yang lebih menyeluruh untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mendorong niat pembelian dalam aplikasi belanja.

As mobile application rises, it raises concerns towards how the new digital context will be studied. However, existing literatures on factors that affect m-commerce purchase have created a false dichotomy between the external environment (*e-servicescape*) and internal responses (*consumer behavior*). Therefore, this paper is synthesizing the two pathways of study to determine the factors influencing purchase intention within retail shopping apps. *E-servicescape* factors such as layout and functionality and aesthetic appeal, as well as consumer behavior factors such as hedonic and utilitarian value have been argued to positively affect purchase intention. Therefore, this contribution is aimed for academics and marketers to consider a more wholesome perspective to explore the factors driving a purchase intention within a shopping app.