

Pengaruh online review pada situs/aplikasi marketplace terhadap perilaku pembelian impulsif secara online di Indonesia = The effect of online review on marketplace website/app to online impulse buying behavior in Indonesia

Lubis, Vandany, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20498619&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi bagaimana perilaku pembelian impulsif secara online terbentuk bila dipengaruhi *browsing* dan *perceived value* pada ulasan *online* dalam aplikasi atau situs *marketplace*. Data yang didapatkan berasal dari 159 responden. Model penelitian dengan enam hipotesis ini diuji dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Studi ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi nilai konsumen pada ulasan online, ulasan online terhadap *browsing* dan *browsing* terhadap *impulse buying*. Terakhir peneliti memberikan implikasi dan saran untuk penelitian kedepannya.

.....This study aims to investigate how impulsive buying when influenced by browsing and perceived value on online reviews in applications or marketplace websites. The data obtained came from 159 respondents. The research model with ten hypotheses was tested using Structural Equation Modeling (SEM). This study shows that there is a positive relationship between the perception of consumer value on online reviews, online reviews on browsing and browsing on impulse buying. Finally, researchers provide implications and suggestions for future research.