

Peran dari Kualitas Integrasi Saluran Penjualan dan Persepsi Kelancaran terhadap Tingkat Penggunaan Layanan Omnichannel pada Industri Fashion dengan Moderasi Gender = The Role Quality of Channel Integration, Perceive Fluency and Omnichannel Service Usage in The Fashion Industry Moderating by Role of Gender.

Jamal Abdul Nasir, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20502384&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi telah mempengaruhi banyak perubahan di berbagai sektor, termasuk sektor ritel dan industri fashion. Layanan multichannel mulai bergeser ke omnichannel. Untuk lebih memahami fenomena yang muncul, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor potensial dari penggunaan layanan omnichannel di industri fashion. Penelitian ini mengembangkan model berdasarkan keyakinan berbasis objek dan keyakinan perilaku untuk menguji hubungannya dengan tingkat penggunaan layanan omnichannel. Dengan menggunakan survei online terhadap 248 pengguna omnichannel, studi ini menemukan bahwa kualitas integrasi saluran secara signifikan memengaruhi kelancaran yang dirasakan di berbagai saluran, pada akhirnya akan meningkatkan penggunaan layanan omnichannel. Peran Gender juga terbukti memiliki peran moderasi, pengaruh perceived fluency terhadap penggunaan layanan omnichannel pada perempuan lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki.

<hr>

ABSTRACT

The rapid development of technology has influenced many changes in various sectors, including the retail sector and the fashion industry. Multichannel service is starting to shift to omnichannel. To better understand the phenomena that arise, this study aims to analyze the potential factors of using omnichannel services in the fashion industry. This research develops a model based on object-based beliefs and behavioral beliefs to test its relationship with the level of omnichannel service usage. In addition gender are hypothesized as moderating the effect of behavioral beliefs on omnichannel service usage behavior Using an online survey of 248 omnichannel users, this study found that the quality of channel integration significantly influences the perceived fluency across different channel, in the end will improve omnichannel services usage. The role of gender is also shown to have a moderating role, the effect of perceived fluency on the use of omnichannel services in women is higher than that of men.