

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Pembelian Domain .Id melalui Kanal Website = Analysis of Factors Affecting The Intention of Domain .Id Purchases through Website Channels.

Wahyu Aditya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20510020&lokasi=lokal>

Abstrak

Domain adalah sebuah nama unik yang digunakan untuk mengidentifikasi alamat IP dari sebuah server komputer. Fungsi dari nama domain itu sendiri adalah untuk mempermudah pengunjung dalam mengakses dan mengingat alamat *website*. Domain kategori *Top Level Domain* (TLD) dibagi menjadi dua jenis, yaitu *global Top Level Domain* (gTLD) dan *country code Top Level Domain* (ccTLD). gTLD yaitu .com, .net, .gov, .biz, sedangkan ccTLD .id, .uk, .sg. Pada bulan Juni 2019 pengguna domain .id berjumlah 318.090. Dalam mendukung pendaftaran domain, PANDI bekerja sama dengan para registrar. Registrar merupakan perusahaan atau organisasi yang menerima pendaftaran suatu nama domain, registrar juga memiliki *reseller* dalam mendukung pendaftaran domain. Terdapat 20 registrar terakreditasi oleh PANDI yang melakukan penjualan domain .id melalui kanal website, namun data yang diperoleh pada penjualan .id masih rendah pada masing-masing registrar dan terlihat juga perbedaan yang mencolok. Terdapat registrar yang memiliki penjualan domain .id yang banyak, namun terdapat juga registrar yang memiliki penjualan domain .id yang sedikit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi pengguna dalam membeli sebuah domain .id melalui kanal *website* dengan menggunakan model penelitian gabungan dari *Website Quality*, *Theory of Planned Behavior*, *Website Brand Equity* dan *Social Website Interactivity*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Partial List Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Hasil dari uji hipotesis faktor-faktor yang memengaruhi pembelian domain .id melalui kanal *website*, menunjukkan bahwa *trust*, *brand experience* dan *brand choice* memengaruhi niat pembelian domain .id sedangkan *attitude* dan *emotional value* tidak memengaruhi niat pembelian domain .id melalui kanal *website*

<hr>

Domain is a unique name used to identify the IP address of a computer server. The function of the domain name itself is to ease visitors in accessing and memorizing website addresses. TOP Level Domain (TLD) category is divided into two types, namely Global Top Level Domain (gTLD) and Country Code Top Level Domain (ccTLD). Global Top Level Domain are .com, .net, .gov, .biz, while country code Top Level Domain are .id, .uk, .sg. At Juni 2019, there are 318.090 domain .id users. In supporting the domain registration, PANDI collaborates with the registrar. Registrar is a company or organization that receives the registration of a domain name, registrar also has reseller to support domain registration. There are twenty registrars accredited by PANDI who sell domain .id through website channels, but the data obtained on sales of .id at each registrar shows still low and a noticeably difference where there are registrars who have large amount of domain .id sales, but there are also registrars who only have small amount of domain sales. This research aims to determine what factors affect users in purchasing a domain .id through website channels using a combined research model of *Website Quality*, *Theory of Planned Behaviour*, *Website Brand Equity*

and Social Website Interactivity. Data collection is conducted by questionnaires online. Data processing is performed using Partial List Square- Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results of the hypothesis testing on factors that affect the purchase of domain .id through website channels shows that trust, brand experience and brand choice affects the intention to purchase domain .id on registrar and reseller websites, while attitude and emotional value didn't affects intention to purchase the domain .id.