

Repurchase intention generasi Y dan Z pada e-commerce di Indonesia: peran mediasi trust dan e-satisfaction = Repurchase intention of generation Y and Z on e-commerce in Indonesia: mediating roles of trust dan e-satisfaction

Christabel Vena Karina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20518021&lokasi=lokal>

Abstrak

Perdagangan elektronik atau e-commerce merupakan bisnis digital yang sangat menjanjikan dan terus berkembang. Bagi manajemen pengembang dan juga pemilik bisnis di sektor e-commerce, repurchase intention pelanggan merupakan hal yang krusial bagi keberlangsungan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Generasi Y dan Generasi Z dalam melakukan repurchase di e-commerce, dengan mengadaptasi model penelitian terdahulu yang mengeksplorasi peran mediasi trust dan e-satisfaction terhadap atribut e-commerce yaitu security, ease of use, dan privacy concerns. Pengambilan data menerapkan metode purposive sampling dengan jumlah responden 387 individu dari seluruh Indonesia yang datanya kemudian diolah dan dianalisis menggunakan Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa security, ease of use, dan privacy concerns tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap repurchase intention pelanggan, melainkan memiliki pengaruh tidak langsung yang harus dimediasi oleh variabel trust dan e-satisfaction.

.....E-commerce is a very promising digital business that continues to grow throughout the year. To developers and business owners in the e-commerce sector, repurchase intention is a critical success factor for the survival of the business. The present study aims to analyze factors that impacts Gen Y and Gen Z's e-commerce repurchase intention, by adapting an empirical model from previous study and explore the mediating role of trust and e-satisfaction to the attributes of e-commerce, namely security, ease of use, and privacy concerns. Purposive sampling method was used in this study with total a total of 387 respondents' data collected and then analyzed using Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings suggest security, ease of use, and privacy concern have no direct effect to repurchase intention, but indirect effect which mediated by trust and e-satisfaction.