

Analisis pengaruh evaluasi emosional dan rasional terhadap repurchase intention dengan shopping habit sebagai faktor moderasi pada e-commerce Shopee Indonesia = The effects of emotional and rational evaluation toward repurchase intention with shopping habit as a moderating factor in e-commerce Shopee Indonesia

Sitompul, Lasmaria Isabella, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474449&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh evaluasi emosional dan rasional Chou Hsu 39s 2015 yang meliputi dua dimensi. Dimensi emosional adalah kepuasan terhadap kualitas hasil dan kepuasan terhadap kualitas proses. Dimensi evaluasi rasional adalah kepercayaan dan pembelajaran. Sebagai dimensi tambahan, penelitian ini juga menganalisis pengaruh kualitas informasi produk.

Penelitian ini kemudian membahas tentang dimensi yang mempengaruhi konsumen untuk berbelanja dengan menggunakan faktor moderasi yaitu kebiasaan berbelanja. Data penelitian ini diperoleh dari data primer berupa kuesioner kepada 137 konsumen Shopee yang telah menggunakan Shopee dalam satu bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Berganda dengan software SPSS 25 untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil analisis ini menunjukkan bagaimana peran kebiasaan berbelanja berpengaruh terhadap evaluasi emosional, evaluasi rasional, dan kualitas informasi produk terhadap niat beli kembali konsumen Shopee Indonesia.

.....The purpose of this study is to analyze the effects of emotional and rational evaluation Chou Hsu 39s 2015 , which includes two dimensions. The dimension of emotional is the satisfaction with the quality of the results and the satisfaction with the quality of the process. The dimension of rational evaluation is trust and learning. As additional dimension, this study also analyzed the effect of product information quality. This study then discusses the dimensions that influence consumers to shop by using the moderation factor, namely shopping habit. This research data is obtained from primary data, which is questionnaire to 137 Shopee consumers who have used Shopee in the last one month.

This research uses Multiple Regression analysis method with SPSS 25 software to test the research hypothesis. The results of this analysis show how the role of shopping habits affect the emotional evaluation, rational evaluation, and quality of product information on repurchase intention consumers Shopee Indonesia.