

Pengaruh Channel Characteristic pada Pemilihan Saluran Distribusi Pembelian Produk Bayi dan Balita pada Millennial Moms = The Effect of Channel Characteristic in Millennial Momss Channel Selection in Purchasing Baby Products

Antolis, Richardo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504273&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Sejak e commerce pertama kali muncul di Indonesia, konsumen telah melakukan proses pergeseran dalam melakukan transaksi, dari saluran offline menuju online, sehingga terpapar oleh beberapa saluran distribusi. Salah satu segmen yang paling terpengaruh adalah millennial mom. Millennial mom merupakan sebuah segmen yang sedang bertumbuh dengan cepat, tetapi penelitian mengenai segmen ini masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh karakteristik saluran distribusi terhadap pemilihan saluran pembelian dari ibu milenial. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan ibu milenial yang melakukan pembelian produk bayi dan balita dalam enam bulan terakhir. Penelitian dilandaskan pada theory of planned behavioral serta commitment-trust theory mengikuti model Xu & Jackson (2019) dan data diolah menggunakan Structural Equation Modelling (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik saluran distribusi memiliki pengaruh terhadap perceived behavioral control, walaupun tidak memiliki pengaruh terhadap perceived risk. Selain itu, penelitian juga menemukan perbedaan perilaku dan persepsi konsumen ketika membeli melalui e commerce dengan toko ritel fisik.

<hr>

<i>ABSTRACT</i>

Since the appearance of e-commerce in Indonesia, consumer has started the shifting process from offline transation to online transaction, exposing them to multiple distribution channel. One of the most affected segments is millennial moms. Millennial moms is a fast growing segment, however, there is limited research about this segment. This study aims to understand the effect of distribution channel characteristic in millennial mom channel selection behavior. The sample used in this study is millennial moms who purchased baby product in the last six months. The study is based on theory of planned behavior and commitment trust theory following the model of Xu & Jackson (2019). The data is processed using Structural Equation Modelling (SEM). This study finds that channel characteristic has an effect to perceived behavioral control, even though there is not significant impact on perceived risk. In addition, this study also found different customer behavior and perception when purchasing in e commerce when compare to physical retail store.</i>