

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Online Grocery Shopping Experience = Factors Affecting the Online Grocery Shopping Experience

Dhinda Siti Mustikasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20512918&lokasi=lokal>

Abstrak

Terjadi peningkatan pada peran berbelanja grocery online setiap harinya, dan hal ini terjadi karena adanya peningkatan penggunaan jaringan Internet dan perubahan gaya hidup konsumen. Oleh karena itu, retailer terus berupaya untuk meningkatkan layanan agar mendapatkan manfaat terbaik yang dapat diperoleh retailer dan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor pengalaman apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam berbelanja grocery melalui online. Sebanyak 580 individu yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini. Model persamaan struktural (SEM) PLS digunakan untuk memvalidasi model pengukuran dan untuk menguji hubungan dalam model penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer service, delivery dan brand experience, serta economic value merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berbelanja online. Hal ini berarti faktor-faktor tersebut memiliki peran dalam mendorong pengalaman belanja online yang positif oleh konsumen, dan mempengaruhi kepuasan konsumen, dan selanjutnya akan cenderung melakukan pembelian berulang dan turut menyebarkan informasi positif tentang pengecer. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini dapat membantu penelitian ke depan sebagai acuan, dan bagi peritel untuk melakukan perbaikan layanan dalam upaya memenuhi kebutuhan konsumen dan menjadi peritel yang ideal bagi konsumen untuk berbelanja secara online

<hr>

The role on online grocery shopping is increasing with each passing day, and this happens due to the increasing use of the Internet and the changing lifestyle of consumer. Therefore, retailers are constantly trying to make improvement of their services in order to get the best benefit that retailers and consumer can get. This study aims to identify which experience factors that affect customer satisfaction of online grocery shopping. A sample of 580 Indonesian individual participate in this empirical study. Structural Equation Model of PLS were used to validate the measurement model and to test the relationship in the model. The results reveal that customer service, delivery and brand experience, also economic value as significant factors that affect the online grocery shopping satisfaction. Which means that these factors have a role in encouraging a positive online shopping experience by consumers, and influence the customer satisfaction, and further will likely to make repeat purchases and participate in spreading positive information about retailers. Based on these findings, this study can help the future research as a reference, and for retailers to make improvements to their services in an effort to meet customer needs and become the ideal retailer for customers do shopping online