

Analisis Pengaruh Online Convenience Terhadap Customer Satisfaction Dan Electronic Word of Mouth: Studi Kasus Pada Sociolla = The Impacts of Online Convenience to Customer Satisfaction and Electronic Word of Mouth: A Case Study on Sociolla

Mega Devi Alkhafidh, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20514768&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel online convenience yang memberi pengaruh pada persepsi online convenience secara keseluruhan serta memprediksi hubungan online convenience terhadap satisfaction, behavioral intention, dan electronic word-of-mouth (e-WOM). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penduduk Indonesia pada rentang usia 19 – 39 tahun yang mendominasi pembelian online. Metode purposive sampling digunakan dalam penelitian ini sebanyak 404 responden dan dianalisis menggunakan pemodelan Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa possession convenience adalah variabel yang paling mempengaruhi persepsi online convenience. Selain itu, kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan kecenderungan behavioral intention yaitu melakukan pembelian kembali dimasa yang akan datang. Pelanggan online yang puas juga mendorong niat konsumen untuk berpartisipasi dalam aktivitas electronic word-of-mouth (e-WOM).

.....This study aims to explore which variabel of online convenience perception predicts satisfaction, behavioral intention, and electronic word-of-mouth (e-WOM). The sample used in this study is the population of Indonesia in the age range 19 - 39 years who dominates online shopping activities. Using purposive sampling method, a data of 404 respondents is analyzed with Partial Least Sqyares - Structural Equation Modelling (PLS-SEM). The result shows that possesion convenience is the most prominent factor of online convenience perception. Moreover, satisfaction significantly enhances behavioral intention of future repurchase. A satisfied online consumer also encouraged to participate in electronic word-of-mouth (e-WOM).