

Analisis faktor perilaku konsumen e-commerce dalam memilih & kesediaan membayar pada pengiriman mil terakhir yang ramah lingkungan = Factor analysis of e-commerce consumer behavior in choosing & willingness to pay on eco-friendly last mile delivery

Ginting, Afriandi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20525629&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia merupakan pasar dengan pertumbuhan e-commerce yang menarik dari tahun ke tahun. Jumlah transaksi e-commerce meningkat hampir dua kali lipat di tengah pandemi COVID-19. Dengan meningkatnya Business to Consumer (B2C) e-commerce di seluruh dunia, penggunaan transportasi darat untuk distribusi produk juga meningkat. Di sisi lain, transportasi merupakan salah satu kontributor utama emisi global karbon dioksida (CO₂) termasuk di Indonesia. Tujuan dari makalah ini adalah untuk menganalisis faktor perilaku konsumen e-commerce dalam memilih & kesediaan membayar pada pengiriman mil terakhir yang ramah lingkungan. Konseptual model penelitian ini didasarkan pada Theory Planned Behavior (Teori Perilaku Terencana) yaitu diperluas dengan penambahan faktor peraturan/kebijakan pemerintah, wawasan tentang keadaan lingkungan saat ini, biaya yang ditimbulkan, dan menjelaskan hubungan setiap faktor tersebut terhadap niat serta kesediaan membayar pada pengiriman mil terakhir yang ramah lingkungan. Data dari survei konsumen yang didapat kemudian dianalisa dengan Structure Equation Modeling (SEM). Hasil yang didapatkan dari pengolahan data yang dilakukan menyatakan bahwa niat mempengaruhi kesediaan konsumen untuk membayar pada pengiriman mil terakhir yang ramah lingkungan ($p\text{-value} < 0,05$). Sedangkan niat itu sendiri dipengaruhi oleh faktor sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, keyakinan tentang biaya pengiriman ramah lingkungan, wawasan lingkungan dan peraturan/kebijakan pemerintah.

.....Indonesia is a market with attractive e-commerce growth from year to year. The number of e-commerce transactions has almost doubled amid the COVID-19 pandemic. With the increase in Business to Consumer (B2C) e-commerce worldwide, the use of land transportation for product distribution is also increasing. On the other hand, transportation is one of the main contributors to global carbon dioxide (CO₂) emissions, including in Indonesia. The purpose of this paper is to analyze the behavioral factors of e-commerce consumers in choosing & willingness to pay on environmentally friendly last mile delivery. The conceptual model of this research is based on the Theory of Planned Behavior, which is expanded by adding factors of government regulations/policies, environment concern, belief about cost, and explaining the relationship of each of these factors to intentions and willingness to pay for eco-friendly last mile delivery. Data from consumer surveys obtained are then analyzed using Structure Equation Modelling (SEM). The results obtained from data processing carried out state that intention affects consumers' willingness to pay for eco-friendly last mile delivery ($p\text{-value} < 0.05$). While the intention itself is influenced by attitude factors, subjective norms, perceived behavioral control, belief about cost, environment concern and government regulations/policies.