

Pengaruh Perilaku Belanja Online Terhadap Niat Pembelian Kembali Generasi Millennial dan Generasi Z di Indonesia = The Influence of Online Shopping Behaviour on Millennials and Generation Z Repurchase Intention in Indonesia

Bianti Traviata Prakarti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920523193&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari perilaku belanja online yang diukur dengan sikap, motif, keakraban, dan perilaku pencarian terhadap keputusan berbelanja kembali pada generasi millennial dan Gen Z di Indonesia. Sampel yang digunakan pada penelitian ini merupakan penduduk Indonesia, terdapat 145 responden dengan umur 17-25 (Generasi Z) dan 139 responden untuk umur 26-40 (Millennial). Penelitian ini menggunakan *PLS-SEM Multigroup Analysis* dalam mengolah data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua generasi memiliki niat pembelian ulang yang sama tetapi motivasi yang berbeda mendorong mereka. Millennial mungkin lebih termotivasi oleh motif nilai, sedangkan Gen Z lebih termotivasi oleh motif sosial.

.....This study aims to determine the extent to which the influence of online shopping behavior as measured by attitudes, motives, familiarity, and search behavior on repurchase intention among the millennial and Gen Z generations in Indonesia. The sample used in this study is Indonesian, there are 145 respondents aged 17-25 (Generation Z) and 139 respondents aged 26-40 (Millennial). This study uses the PLS-SEM Multigroup Analysis in processing data. The results of this study suggest that both generations have similar repurchase intentions, but different motivations drive them. Millennials may be more motivated by values, while Gen Z may be more motivated by social motives.