

Bagaimana CSR Lingkungan di Negara Berkembang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Niat terhadap Platform E-niaga: Memediasi Peran Reputasi Merek = How Environmental CSR in Developing Countries Affects Consumer Behaviour Intention towards E-commerce Platforms: Mediating the Role of Brand Reputation

Ridho Harun Alqalam, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920526625&lokasi=lokal>

Abstrak

Pesatnya perkembangan internet menyebabkan perubahan besar dalam kegiatan bisnis. Saat ini, orang dapat dengan mudah membeli produk di platform E-commerce, pasar virtual tempat individu dan bisnis dapat memposting produk mereka untuk dijual. Industri bisnis ini paling cocok dengan situasi dunia saat ini karena minimnya kerusakan lingkungan dan juga pandemi covid-19 yang memaksa orang untuk mengurangi mobilitasnya. Namun, efek dari industri bisnis ini jika mereka masih melakukan tanggung jawab sosial perusahaan lingkungan (ECSR) masih samar. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh ECSR terhadap perilaku konsumen jika dilakukan oleh platform E-commerce di negara berkembang dan menggunakan reputasi merek sebagai mediatornya. Penelitian ini ingin menekankan kepada setiap pelaku bisnis bahwa tanggung jawab lingkungan dapat dilakukan oleh semua orang, bukan hanya mereka yang merusak atau sedang merusak lingkungan saja karena kita semua hidup di bumi yang sama dan setiap orang harus bertanggung jawab terhadapnya.

.....The rapid development of the internet caused a huge change in business activities. Nowadays, people can easily buy products on the E-commerce platform, a virtual market where individuals and businesses can post their products to be sold. This business industry suits best to the current world situation due to the lack of damage to the environment and also the covid-19 pandemic that forced people to reduce their mobilisation. However, the effect of this business industry if they still performed environmental corporate social responsibility (ECSR) is still vague. This research is conducted to see the effect of ECSR on consumer behaviour if it is performed by an E-commerce platform in a developing country and use brand reputation as the mediator. This research wants to emphasise to every business that environmental responsibility can be done by everyone, not just those who damage or are damaging the environment only because we all live on the same earth and everyone should be responsible with it.