

Analisis faktor – faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna aplikasi ritel online: studi kasus toko grosir dan eceran XYZ = Analysis of factors that influence user acceptance of online retail applications: a case study of XYZ wholesale and retail stores

Suci Inayah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920542740&lokasi=lokal>

Abstrak

Pengguna e-commerce di Indonesia terus meningkat, pertumbuhan ini dipicu oleh meningkatnya penetrasi perangkat pintar dan ketersediaan akses internet yang mudah diakses. Selain itu, pandemi covid-19 yang melanda dunia beberapa waktu lalu, termasuk Indonesia, telah mengubah secara drastis perilaku masyarakat. Social distancing, lockdown, dan kekhawatiran penyebaran virus menyebabkan pergeseran signifikan dari kegiatan konvensional ke kegiatan daring, saat ini masyarakat cenderung membeli sesuatu melalui online atau perangkat elektronik dibandingkan pergi ke toko fisik. Di samping itu, peningkatan penggunaan e-commerce di Indonesia juga menyebabkan terjadi tren dimana banyak pengusaha toko offline yang ikut merespons perubahan perilaku konsumen ini dengan membuat aplikasi pembelian online untuk mengatasi dampak pandemi covid-19 terhadap bisnis mereka dan menjadi langkah strategis untuk tetap bersaing dan mempertahankan eksistensi bisnis mereka. Sejalan dengan perubahan ini studi kasus pada penelitian ini merupakan toko grosir dan eceran yang melakukan inovasi digital dengan membuat aplikasi ritel online untuk konsumen tokonya. Peluncuran aplikasi ini dimaksud agar mengatasi masalah yang dihadapi oleh konsumen dari toko XYZ. Namun aplikasi ritel online sebagai media untuk belanja online ini, mendapatkan banyak keluhan dari konsumen dan masih ada konsumen yang lebih suka berbelanja ke toko dan memesan diluar aplikasi dan jika dibiarkan bisa berdampak pada reputasi toko yang menjadi buruk dan target penjualan online yang tidak tercapai. Oleh karena itu, organisasi perlu melakukan evaluasi agar mengetahui penerimaan konsumen dan agar konsumen memilih belanja online secara berkelanjutan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap aplikasi ritel online yang digunakan pada pembelian online di toko XYZ dengan menggunakan model penerimaan UTAUT2. Penelitian dilakukan dengan mixed method, data dikumpulkan melalui wawancara dari narasumber dan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 149 konsumen sampel penelitian. Teknik olah data menggunakan PLS-SEM dengan tools SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 4 faktor yang memengaruhi penggunaan aplikasi KT antara lain, hedonic motivation, habit, behaviour intention, dan application use. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan manajemen untuk meningkatkan keunggulan aplikasi agar minat pengguna pada belanja online menggunakan aplikasi di toko XYZ semakin bertambah.

..... that, the Covid-19 pandemic that has hit the world, including Indonesia, has drastically changed people's behavior. Social distancing, lockdowns, and concerns about the spread of the virus have caused a significant shift from conventional activities to online activities. Currently, people tend to buy things online or via electronic devices rather than going to physical stores. Apart from that, the increase in the use of e-commerce in Indonesia has also led to a trend where many offline shop entrepreneurs are responding to changes in consumer behavior by creating online shopping applications to overcome the impact of the Covid-19 pandemic on their business and become a strategic step to remain competitive and maintain the

existence of their business. In line with these changes, the case study in this research is a wholesale and retail store that has carried out digital innovation by creating an online retail application for its store consumers. The launch of this application is intended to overcome the problems faced by consumers from XYZ stores. However, the online retail application as a medium for online shopping has received many complaints from consumers and there are still consumers who prefer to shop in stores and order outside the application and if left unchecked this could have an impact on the store's reputation becoming bad and online sales targets not being achieved. Therefore, organizations need to carry out evaluations to determine consumer acceptance and so that consumers choose online shopping in a sustainable manner. The purpose of this research is to find out what factors influence user acceptance of online retail applications used for online shopping at XYZ stores using UTAUT2 acceptance model. The research was conducted using a mixed method, data was collected through interviews with informants and using a questionnaire distributed to 149 research sample consumers. The data processing technique uses PLS-SEM with SmartPLS tools. The research results show that there are 4 factors that influence the use of the KT application, including hedonic motivation, habit, behavioral intention, and application use. The results of this research can be taken into consideration by management to increase the superiority of the application so that users' interest in online shopping using the application at XYZ store increases.