

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh kegagalan layanan *e-commerce* dan perubahan pengalaman terhadap intensi beralih, dan pengaruh perubahan pengalaman terhadap intensi dan perilaku beralih konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei yang dibagikan secara daring. Responden yang terkumpul sejumlah 334 pengguna aplikasi *e-commerce*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menemukan bahwa intensi beralih dipengaruhi secara positif oleh kegagalan informasi, kegagalan fungsional, dan kegagalan sistem. Kemudian, perilaku beralih dipengaruhi secara positif oleh intensi beralih dan perubahan pengalaman. Hasil pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software* WarpPLS 7.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel intensi beralih secara positif dipengaruhi oleh variabel kegagalan informasi, kegagalan fungsional, kegagalan sistem, dan perubahan pengalaman sebesar 52%. Variabel perilaku beralih secara positif dipengaruhi oleh variabel intensi beralih dan perubahan pengalaman sebesar 50%. Di luar persentase pengaruh terhadap intensi dan perilaku beralih dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Hasil penelitian memperluas temuan-temuan pada penelitian dalam konteks intensi dan perilaku beralih aplikasi *e-commerce*.

Kata Kunci – *kegagalan layanan e-commerce, perubahan pengalaman, intensi beralih, perilaku beralih.*

Abstract

This study aims to provide empirical evidence about the effect of e-commerce service failures and change experience on switching intentions, and the effect of change experience on consumers' switching intentions and behavior. This study uses a quantitative method with surveys distributed online. 334 e-commerce applications users were involved as respondents. Data analysis was performed using SEM-PLS. The results show that switching intention is positively influenced by information failure, functional failure, system failure, and change experience. Then, switching behavior is positively influenced by switching intention and change experience. Based on data processing using WarpPLS 7.0 software, it is found that switching intention can be explained by four variables, namely information failure, functional failure, system failure, and change of experience by 52%. The switching behavior variable can be explained by the switching intention and the change experience by 50%. Outside the percentage of influence on intention and switching behavior, it can be explained by other variables outside the study. The results of the study extend the findings of the study in the context of the intention and behavior of switching e-commerce applications.

Keyword – *e-commerce service failures, change experience, switching intention, switching behavior.*