UNIVERSITAS
GADJAH MADA
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI PELANGGAN DI JD.ID
ROBERT YUDANTO, Sari Winahjoe Siswomihardjo, Dr., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Intisari

Tingkat berbelanja online melalui *e-commerce* sejak awal pandemi *Covid-19* semakin meningkat. Peningkatan ini juga terjadi di Indonesia, salah satunya karena Indonesia adalah pengguna internet terbesar di dunia. Tren ini membuat pengunjung berbagai *e-commerce* tiap tahun semakin meningkat. Hal sebaliknya terjadi pada JD.ID. Sejak kuartal pertama tahun 2019 sampai kuartal kedua tahun 2022, jumlah pengunjung JD.ID justru cenderung menurun. Hal ini kemudian yang menarik penulis untuk meneliti faktor-faktor yang memengaruhi niat beli pada pelanggan *online* di JD.ID.

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh faktor harga, kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko pada niat beli di JD.ID

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan jumlah total responden yang memenuhi syarat adalah 201 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan regresi linier dengan menggunakan SPSS.

Setelah dilakukan pengolahan data, didapatkan hasil bahwa kepercayaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh pada niat beli di JD.ID.

Kata kunci: Harga, kepercayaan, kemudahan penggunaan, persepsi risiko, niat beli, JD.ID

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI PELANGGAN DI JD.ID
ROBERT YUDANTO, Sari Winahjoe Siswomihardjo, Dr., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstract

The level of online shopping through e-commerce since the beginning of the Covid-19 pandemic has been increasing. This increase also occurred in Indonesia, partly because Indonesia is the largest internet user in the world. This trend makes visitors to various e-commerce increase every year. The opposite happened to JD.ID. From the first quarter of 2019 to the second quarter of 2022, the number of JD.ID visitors tend to decrease. This then attracts the writer to examine the factors influencing the purchase intention of online customers at JD.ID.

This study aimed to examine the effect of price, trust, ease of use, and perceived risk on purchase intentions at JD.ID

The sample used in this study is non-probability sampling, with a total number of respondents who meet the requirements are 201. The data obtained were then analyzed using linear regression using SPSS.

After processing the data, the results show that trust, ease of use and perceived risk affect on purchase intention at JD.ID.

Keywords: Price, trust, ease of use, perceived risk, purchase intention, JD.ID