UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Proses Keputusan Pembelian pada Niat Peralihan Kanal Belanja Konsumen di Pulau Jawa dari
Luring ke Daring**
Fia Salsabila, Sari Winahjoe Siswomihardjo, Dr., M.B.A
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis apakah model proses pembuatan keputusan berpengaruh pada niat peralihan kanal belanja dari luring ke daring. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan survey online. Metode pengambilan sampel menggunakan pengambilan sampel bertujuan yang menargetkan masyarakat yang berdomisili di Pulau Jawa, berusia 19-54 tahun, pernah melakukan belanja daring, dan masih memiliki kecenderungan untuk berbelanja secara luring. Sebanyak 386 responden menjadi partisipasi dalam penelitian ini.

Metode analisis data dari penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh secara signifikan dengan arah negatif pada niat peralihan kanal belanja dari luring ke daring adalah persepsi risiko belanja daring dan evaluasi produk secara daring. Sementara pencarian produk secara daring dan waktu pengiriman kepada konsumen berpengaruh secara signifikan dengan arah positif.

Kata kunci : model proses pembuatan keputusan, persepsi risiko belanja daring, pencarian produk secara daring, evaluasi produk secara daring, waktu pengiriman kepada konsumen

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Proses Keputusan Pembelian pada Niat Peralihan Kanal Belanja Konsumen di Pulau Jawa dari
Luring ke Daring**
Fia Salsabila, Sari Winahjoe Siswomihardjo, Dr., M.B.A
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This research aimed to examine and analyze whether the purchase decision process model influences the shopping channel switching intention from offline to online. This research was a quantitative research which used online survey to collect the data. Data collection was done using purposing sampling method which targeted people who live in Java, aged between 19-54, have done online shopping before, and still have tendency to shop offline. A total of 386 respondents participated in this research.

The hypotheses were examined using linear multiple regression. The results of this research show that online perceived risk and online evaluation product have a negative effect on the shopping channel switching intention from offline to online. This research also discovered that online product search and delivery time to consumer have a positive effect on the shopping channel switching intentions from offline to online.

Keywords : *the purchase decision process model, online perceived risk, online product search, online evaluation product, delivery time to consumer, shopping channel switching intention*