

ABSTRAKSI

Anteseden Sikap Belanja Konsumen Pada Situs Daring

An-Nisa Goldina Al-Raafi

(13/346382/EK/19277)

Penelitian ini mengenai anteseden sikap konsumen terhadap belanja daring yang dipengaruhi oleh kualitas website yang dipersepsikan, manfaat yang dipersepsikan, getok tular elektronik, dan kepercayaan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen dalam berbelanja melalui situs daring. Metoda pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* dengan syarat responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk pada situs daring minimal satu kali dalam 6 bulan terakhir. Penelitian ini dikhususkan untuk responden yang berdomisili di Yogyakarta. Metoda analisis data menggunakan SPSS, dan hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis didukung dan berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan pemasar dapat mengetahui sikap konsumen dalam berbelanja secara daring dan meningkatkan strategi pemasaran.

Kata kunci: E-Dagang, Kualitas Website yang Dipersepsikan, Manfaat yang Dipersepsikan, Getok Tular Elektronik, Sikap Terhadap Belanja Daring

ABSTRACT

Antecedents Consumer Attitude Towards Online Shopping in E-Commerce

An-Nisa Goldina Al-Raafi

(13/346382/EK/19277)

Research on the effect of antecedents of attitudes toward online shopping that influenced by perceived web quality, perceived benefits, electronic word of mouth, and trust. This study aims to determine the attitude of consumers toward online shopping through e-commerce. Sampling method on this study is using purposive sampling with qualified of respondents who participated in this study, especially consumers who buy e-commerce product at least once in the past 6 months. This study is devoted to respondents who domiciled in Yogyakarta. SPSS was used to method of analysis, and the result showed that all hypothesis are supported and have a significant positive effects toward dependent variable. Based on the results of this study is expected to marketers know attitude of consumers toward online shopping through e-commerce and improved the best marketing strategy.

Keywords: E-Commerce, Attitudes Towards Online Shopping, Perceived Web Quality, Perceived Benefits, Electronic Word of Mouth, Trust.