UNIVERSITAS
GADJAH MADA
IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR PENTING YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN PADA SITUS PENJUALAN TIKET PESAWAT SECARA DARING
AMALINA NURUL ATHIFAH, B.M. Purwanto, Dr., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dimensi kualitas terhadap kepuasan informasi dan manfaat relasional, serta menguji kepuasan informasi dan manfaat relasional terhadap perilaku pembelian konsumen yang dimediasi oleh komitmen terhadap situs penjualan tiket pesawat secara daring yang dilakukan di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode survei dan jumlah responden sebanyak 185 orang. Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa perilaku pembelian konsumen tidak dipengaruhi oleh kepuasan informasi, manfaat relasional, dan komitmen terhadap situs, namun diperkirakan dipengaruhi oleh faktor situasional.

Kata Kunci: Kualitas Hubungan Pengguna, Kualitas Informasi Produk, Kualitas Informasi Layanan, Persepsi Keamanan, Kesadaran Terhadap Situs, Manfaat Relasional, Kepuasan Informasi, Komitmen Terhadap Situs, Perilaku Pembelian, Situs Penjualan Tiket Pesawat.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR PENTING YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN PADA SITUS PENJUALAN TIKET PESAWAT SECARA DARING
AMALINA NURUL ATHIFAH, B.M. Purwanto, Dr., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstract

This research examines the effect of quality dimension to the information satisfaction and relational benefits and testing the information satisfaction, and relational benefit to the purchasing behavior of consumer that is mediated by commitment to the airline ticketing online sales site in Yogyakarta. This research uses survey method with 185 respondents. Analysis in this research uses linier regression analysis method.

The results showed that the purchasing behavior of consumers is not affected by the information satisfaction, relational benefit, and site commitment, but it is estimated to be influenced by situational factors.

Keywords : User Interface Quality, Product Information Quality, Service Information Quality, Security Perception, Site Awareness, Information Satisfaction, Relational Benefit, Site Commitment, Purchase Behavior, Sales Site of Airline Ticket.