

ABSTRAK

Pengaruh Social Influence dan Price Terhadap Switching Intention Pada Online Shop Tokopedia di Kota Padang dengan Switching Cost Sebagai Variabel Moderasi.

Oleh: Muhammad Fauzan

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis: pengaruh social influence dan price terhadap switching intention pada online shop Tokopedia di Kota Padang dengan switching cost sebagai variabel moderasi. Populasi penelitian ini adalah seluruh warga Kota Padang yang memiliki aplikasi Tokopedia di gadgetnya dan pernah bertransaksi di dalamnya. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling, yaitu sampling purposive, yang berjumlah sebanyak 100 sampel. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis Structure Equation Modeling (SEM) menggunakan Smart PLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) social influence berpengaruh positif terhadap switching intention pada online shop Tokopedia di Kota Padang. (2) price berpengaruh positif terhadap switching intention pada online shop Tokopedia di Kota Padang. (3) switching cost tidak mampu memperkuat pengaruh social influence terhadap switching intention pada online shop Tokopedia di Kota Padang. (4) switching cost tidak mampu memperkuat pengaruh price terhadap switching intention pada online shop Tokopedia di Kota Padang. Kata kunci: social influence, price, switching intention, switching cost