

ABSTRAK

Pengaruh Lingkungan Layanan Online dan Kualitas Informasi terhadap Niat Belanja Ulang Gen Y pada Aplikasi Belanja Online Lazada di Kota Padang dengan Kepercayaan Online sebagai Variabel Mediasi

Oleh: Yosan Permana

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan layanan online dan kualitas informasi terhadap niat belanja ulang gen y pada aplikasi belanja online lazada di kota padang dengan kepercayaan online sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Gen Y yang pernah berbelanja melalui aplikasi belanja online Lazada di Kota Padang. Ukuran sampel yang dalam penelitian ini sebanyak 200 responden yang diambil dengan cara purposive sampling. Data diolah dari data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner secara online. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, outer model dan inner model. Pengolahan data dilakukan menggunakan software Smart PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan layanan online dan kualitas informasi berpengaruh positif signifikan terhadap niat belanja ulang. Dan kepercayaan online mampu memediasi secara parsial pengaruh lingkungan layanan dan kualitas informasi terhadap niat belanja ulang. Penelitian ini memiliki keterbaruan karena melibatkan kepercayaan online sebagai variabel mediasi pada pengaruh lingkungan layanan online dan kualitas informasi terhadap niat belanja ulang .

Kata Kunci : Layanan Online, Kualitas Informasi, Kepercayaan Online