

ABSTRAK

Shinta Karina Latuharhary (01016180016)

EFEK TRUST TERHADAP CONSUMER'S CONTINUOUS PURCHASE INTENTIONS DI BISNIS PERDAGANGAN SHOPEE: PERSPEKTIF TRANSFER TRUST

(xvii + 137 halaman; 4 gambar; 2 grafik; 35 tabel; 4 lampiran)

Pesatnya perkembangan internet telah menjadi trend baru dan terus berkembang secara global maupun di Indonesia. Internet tidak hanya sebagai sarana untuk mencari dan bertukar informasi, tetapi juga sebagai media yang terus berkembang melalui inovasi-inovasi yang diterapkan dalam kehidupan. Potensi internet khususnya dalam bidang pemasaran sangat besar. Salah satu dari memberikan pandangan *e-commerce*. Perdagangan sosial C2C mengacu pada pelanggan yang menjual produk ke orang lain pelanggan melalui media sosial. Beberapa contoh penerapan C2C dalam website di Indonesia adalah Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan Lazada. Pertumbuhan *e-commerce* yang terus meningkat di Indonesia membuat Shopee ikut meramaikan industri ini. Shopee merupakan aplikasi mobile marketplace pertama bagi konsumen ke konsumen (C2C) yang aman, menyenangkan, mudah, dan praktis dalam jual beli. Shopee sebagai salah satu situs yang wadah jual beli secara online yang telah melakukan perubahan untuk menarik minat pelanggan agar lebih banyak bertransaksi melalui situs tersebut. Shopee lebih fokus pada platform mobile sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung di ponselnya saja. Shopee juga dilengkapi dengan fitur live chat, berbagi (social sharing), dan hashtag untuk memudahkan komunikasi antara penjual dan pembeli dan memudahkan dalam mencari produk yang diinginkan konsumen. Kepercayaan konsumen terhadap merek perusahaan merupakan komitmen yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggan. Perusahaan menawarkan kualitas standar produknya, dapat memenuhi kebutuhan, dan tidak pernah mengecewakan pelanggannya. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Dengan sampel 160 Responden.

Kata kunci: *e-Commerce, Trust, Consumer's Continuous Purchase Intentions, Shopee.*

Referensi : 224 (2003-2021)

ABSTRACT

Shinta Karina Latuharhary (01016180016)

EFEK TRUST TERHADAP CONSUMER'S CONTINUOUS PURCHASE INTENTIONS DI BISNIS PERDAGANGAN SHOPEE: PERSPEKTIF TRANSFER TRUST

(xvii + 137 pages; 4 figures; 35 table; 2 chart; 4 appendices)

The rapid development of the internet has become a new trend and continues to grow globally and in Indonesia. The internet is not only a means to find and exchange information, but also as a medium that continues to grow through innovations that are applied in life. The potential of the internet, especially in the field of marketing, is very large. One of them provides an e-commerce view. C2C social commerce refers to customers selling products to other customers via social media. Some examples of the application of C2C on websites in Indonesia are Shopee, Tokopedia, Bukalapak and Lazada. The ever-increasing growth of e-commerce in Indonesia has made Shopee to enliven this industry. Shopee is the first consumer-to-consumer (C2C) mobile marketplace application that is safe, fun, easy, and practical in buying and selling. Shopee as one of the sites for buying and selling online that has made changes to attract customers to make more transactions through the site. Shopee is more focused on mobile platforms so that it is easier for people to search, shop, and sell directly on their cellphones. Shopee is also equipped with live chat, social sharing, and hashtag features to facilitate communication between sellers and buyers and make it easier to find products that consumers want. Consumer trust in the company's brand is a commitment that exists between the company and its customers. The company offers standard quality products, can meet the needs, and never disappoints its customers. This study uses a questionnaire to collect data. With a sample of 160 respondents.

Keywords: *e-Commerce, Trust, Consumer's Continous Purchase Intentions, Shopee.*

References : 224 (2003-2021)