

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

ANALISIS PENGARUH *WEB SATISFACTION* TERHADAP MINAT BELI MILENIAL BERBASIS ONLINE DI KOTA BATAM

FELBY JESSLYN
NPM: 1641007

ABSTRAK

Banyak teknologi diciptakan untuk memenuhi kebutuhan manusia, salah satu bukti perkembangan pesat teknologi adalah internet. Pada 2018 terbukti bahwa 64% dari konsumen *marketplace online* didominasi oleh generasi milenial dan tiga besar *marketplace* yang sering dikunjungi yaitu shopee, tokopedia, dan bukalapak. Generasi milenial merupakan generasi yang lahir pada tahun 1980 hingga 2000 dimana mereka dilahirkan di dunia dengan kondisi modern dan teknologi canggih, sehingga tidak mengherankan bahwa pengguna internet dengan persentase tertinggi adalah milenial. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah *Online shopping values* dan *Web atmospheric cues* berpengaruh terhadap *Web Satisfaction* dalam pengaruhnya terhadap niat beli milenial berbasis online di kota Batam.

Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 370 responden dan sebanyak 350 data yang kembali dan diolah dengan menggunakan SPSS dan PLS. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *hedonic shopping value*, *utilitarian shopping value*, *web entertainment*, *effectiveness of information content*, dan *web satisfaction* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention* dengan *web satisfaction* dan hasil dari penelitian ini juga menyatakan bahwa *web informativeness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *web satisfaction*.

Kata Kunci: *hedonic shopping value*, *utilitarian shopping value*, *web informativeness*, *web entertainment*, *effectiveness of information content*, *web satisfaction*, *purchase intention*, *milenial*, *e-commerce*, *marketplace*, *C2C*.