

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Genap 2019/2020

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *FUTURE PURCHASE INTENTION* DI *E-COMMERCE* PADA MASYARAKAT KOTA BATAM DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Kevin Zefanya
NPM: 1641305

ABSTRAK

Teknologi Informasi di era sekarang semakin bertambah dengan pesat dari tahun ke tahun. Salah satu kecanggihan pada teknologi informasi adalah adanya perusahaan E-commerce yang menyediakan layanan belanja secara online untuk memudahkan para penjual untuk menjangkau para calon pembeli yang jauh secara geografis. Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan E-commerce raksasa diantaranya ada Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk meneliti faktor yang mempengaruhi niat pembelian di masa depan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di kota Batam.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat kota Batam yang merupakan pembeli atau konsumen yang berbelanja lewat perusahaan E-commerce. Sampel dalam penelitian ini adalah para konsumen atau pembeli di kota Batam yang pernah melakukan belanja online di perusahaan E-commerce dengan jumlah responden sebanyak 350 responden. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program olah data SPSS versi 22.0 dan PLS 3.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel dependen *security*, *information availability*, *shipping*, *quality*, *pricing* dan *time* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* dan *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *future purchase intention*.

Kata kunci: *E-commerce*, *Customer Satisfaction*, *Future Purchase Intention*.