

ABSTRACT

Trading industry nowadays has transformed from a real store to an online store. It caused by the increase of the Internet using as trading media, and this also impact people to buy goods or services easier. One of the company that expand the store to online network is 'Matahari Department Store', which became the object of this research. This research aims to understand the satisfaction and perceptions of conventional customers in heir behavior and intention of purchasing in Matahari online. The data research comes from survey, consisting of questionnaires, with samples based on 'Hair Formula', the number of samples is one hundred of Matahari online customers and non online. The data collected will be analyzed by using formula of validity & reliability test, then will be processed by using structural equation model (SEM) technique. The research results showed that the variable of customer satisfaction, and online perception has effect that very significant to customer behavior. Then the variable of satisfaction, perception, effected positively and significantly through purchase intention. To increase the purchase of Matahari products, then what they need to do is to provide comprehensive services from salespeople and products to obtain positive opinion from users. Updating Matahari website will also increase the intensity of selling from Matahari Products. The positive impact can be adjusted by having excellent products and websites maintenance, those are could make the loyalty of Matahari customers.

Keywords: Customer Satisfaction, Online shop Preseption, Attitude, Purchase Intention, SEM Analysis

MERCU BUANA

ABSTRAK

industri jual beli telah mengalami pergeseran dari berupa sebuah toko berbentuk bangunan menjadi toko *online*. hal ini di karenakan meningkatnya penggunaan internet sebagai media untuk berjual beli dan hal ini juga berdampak pada kemudahan masyarakat dalam membeli suatu barang atau jasa. Salah satu toko yang memperluas jaringannya menjadi online adalah Matahari yang menjadi objek dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui unsur kepuasan dan persepsi pelanggan matahari konvensional dalam bersikap dan melakukan intensi pembelian di Matahari online. Data penelitian merupakan data survei yang berupa kuesioner, dengan penarikan sampel berdasarkan rumus Hair, sehingga menghasilkan sampel sebanyak seratus orang yang merupakan pelanggan Matahari konvensional maupun online. Data yang terkumpul kemudian dianalisa menggunakan pengujian validitas & reliabilitas data, dan selanjutnya diolah dengan menggunakan teknik *structural equation model* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dan persepsi toko *online* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap konsumen. Untuk selanjutnya variabel kepuasan, persepsi, juga berpengaruh secara positif dan secara signifikan terhadap intensi pembelian. Untuk meningkatkan intensi pembelian Matahari, maka yang dilakukan adalah memberikan pelayanan menyeluruh dari pramuniaga dan produk Matahari sehingga mampu mendapatkan penilaian positif dari pengguna. Memperbaharui *website* Matahari *online* secara berkala juga akan meningkatkan intensi pembelian di Matahari. penjualan matahari secara positif dapat di peroleh dengan menjaga keandalan produk dan *website* matahari sehingga mendapatkan kesetiaan dari pelanggan Matahari .

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Persepsi *Online Shop*, Sikap, Intensi Pembelian, Analisis SEM