

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN DAN
PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT PENGGUNAAN ULANG
WEBSITE MATAHARI.COM O2O (ONLINE TO OFFLINE)**

(Studi Analisis Konsumen Menggunakan Website Matahari.com)

ABSTRAK

Oleh:

Rachmad Bayhaqqi

Dosen Pembimbing

Dr. Indra Kurniawan,S.Sos.,MM

Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Persepsi Kemudahan, fitur layanan dan perspsi manfaat terhadap Minat Penggunaan ulang Website Matahari.com Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasi adalah konsumen melalui website Matahari.com berjumlah 125 konsumen, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien diterminasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan mampu meningkatkan minat penggunaan ulang. Semakin baik Persepsi kemudahan maka semakin tinggi meningkatkan minat beli ulang pada konsumen melalui website Matahari.com, Fitur layanan mampu meningkatkan minat penggunaan ulang. Semakin baik fitur layanan maka semakin tinggi meningkatkan minat penggunaan ulang pada konsumen website Matahari.com dan Persepsi Manfaat mampu meningkatkan minat penggunaan ulang. Semakin baik Persepsi Manfaat maka semakin tinggi meningkatkan minat penggunaan ulang pada konsumen website Matahari.com

Kata Kunci: persepsi kemudahan, Fitur layanan. Persepsi manfaat dan minat penggunaan ulang