

Penulis:

YUSNIA KHALIMATUS SA'DIYAH
1011910087

Dosen Pembimbing:

MARISYA MAHDIA KHOIRINA, S.M., M.M.

DESKRIPSI SINGKAT

Perkembangan belanja online semakin pesat di era sekarang karena dianggap lebih mudah dan efisien. Dengan belanja online yang berkembang maka muncul persaingan perusahaan bisnis online atau e-commerce. Salah satu e-commerce yang memiliki pengunjung terbanyak di Indonesia yaitu shopee. Shopee menawarkan beberapa kategori termasuk kategori pakaian yang mana kategori pakaian ini memiliki risiko lebih besar dari pada kategori lain yaitu: warna yang kurang sesuai, ukuran yang sulit diprediksi, perbedaan gambar yang diterima. Hal ini memiliki keterkaitan dengan etika bisnis sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap konsumennya. Beberapa etika bisnis yang dilakukan oleh shopee, antara lain: menjaga keamanan data konsumen, menawarkan pembayaran yang aman melalui shopeepay, konsumen dapat mengajukan pengembalian dana jika ada barang yang kurang sesuai, dan menawarkan pelacakan barang jika barang terlambat pengiriman. Apabila konsumen sudah merasakan etika bisnis yang diberikan perusahaan maka terdapat risiko yang diterima konsumen dan berakibat pada pembelian ulang. Ketika konsumen sudah merasakan kepuasan maka akan melakukan pembelian ulang.

RUMUSAN MASALAH

- Apakah *Retail ethic perception* dan *Perceived risk* berpengaruh positif atau negatif terhadap *Repurchase Intention*?
- Apakah *Retail Ethic Perception* berpengaruh positif atau negatif terhadap *Perceived Risk*?
- Apakah *Perceived Risk* memediasi *Retail Ethic Perception* terhadap *Repurchase Intention*?

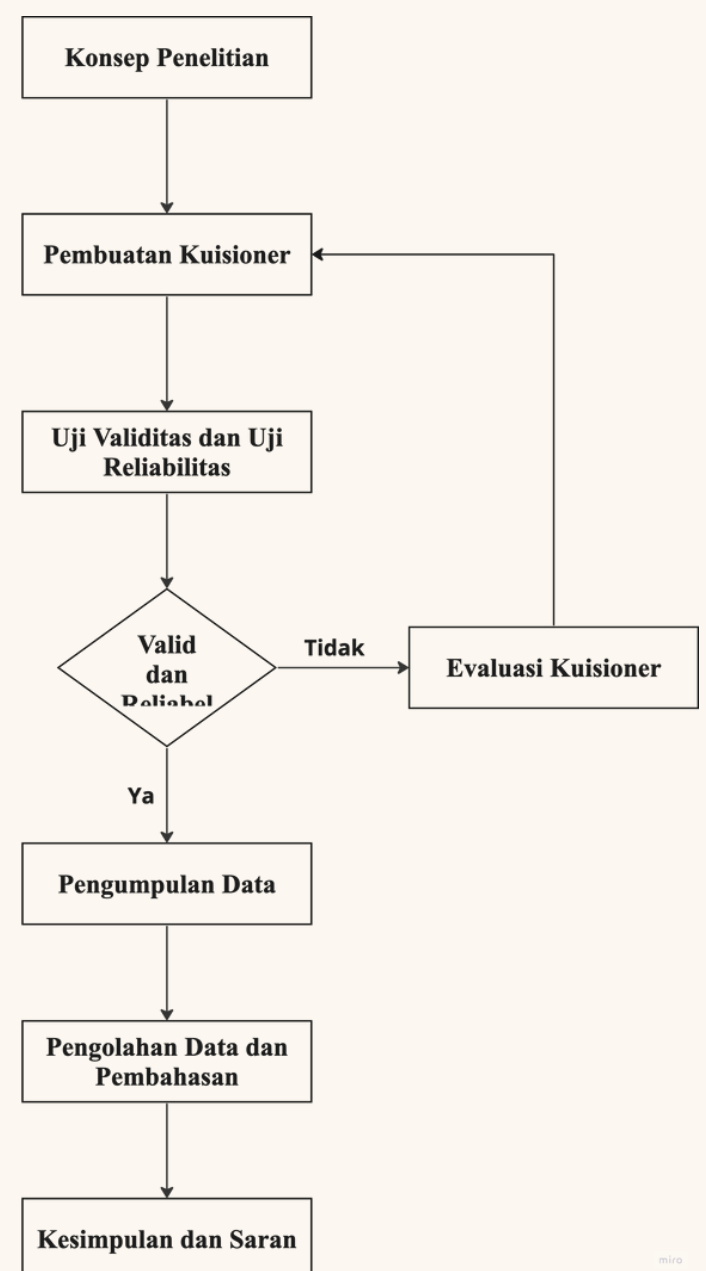
ANALISIS DAN HASIL

Teknik pengumpulan data yaitu dengan kuesioner berupa *Skala Likert* dengan sampel 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah *SEM PLS* dengan *software SMART PLS 3*. Analisis yang dilakukan yaitu pengujian *outer model*, *inner model*, dan pengujian hipotesis.

Hasil yang diperoleh yaitu:

- *Retail Ethic Perception* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*
- *Perceived Risk* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*.
- *Retail Ethic Perception* berpengaruh negatif terhadap *Perceived Risk*.
- *Perceived Risk* memediasi *Retail Ethic perception* terhadap *Repurchase Intention*.

MODEL PENELITIAN



KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu: Konsumen dapat melakukan pembelian ulang karena adanya etika yang baik dari perusahaan. Dengan adanya etika yang baik maka akan menurunkan risiko yang dirasakan konsumen. Selain itu, terdapat temuan bahwa ketika konsumen membeli baju dan menemukan harga yang murah dan model yang pas maka faktor risiko seperti keterlambatan barang, jahitan yang kurang rapi, dan warna yang kurang sesuai. Itu tidak menjadi permasalahan dalam melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, pemilik bisnis harus memperhatikan harga dan desain produk agar konsumen dapat melakukan pembelian ulang tanpa mempertimbangkan risiko.