

ABSTRAK

Sistem Informasi saat ini sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan keberlangsungan bisnisnya sesuai dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat. Banyak perusahaan menginvestasikan modalnya yang besar untuk sistem informasi agar mereka dapat menjalankan bisnisnya dengan teknologi yang dapat berpengaruh kedalam kesuksesan bisnisnya. Hubungan dalam menjalankan bisnis secara global dengan sistem informasi adalah tidak lepas dari hadirnya teknologi internet sebagai tren komunikasi didunia internasional yang dapat mengurangi biaya oprasional dan transaksi bisnis. Teknologi Informasi dapat dimanfaatkan untuk sarana perdagangan secara elektronik atau dikenal sebagai *e-commerce*. Dengan adanya peningkatan para pengguna *e-commerce* di Indoensia melatar belakangi munculnya berbagai perusahaan *online shopping* untuk memasarkan produk atau jasa secara *online*. Dengan adanya *e-commerce* perusahaan dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga dalam menjalankan bisnisnya karena dengan menggunakan *e-commerce* perusahaan tidak perlu membuka toko fisik untuk menjual produknya dan juga dapat mengirimkan informasi, promosi produk serta bertransaksi dengan konsumen tanpa bertemu langsung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan kembali *e-commerce*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sejumlah 240 responden yang merupakan pengguna *e-commerce*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) yang dioperasikan melalui program AMOS (*Analysist of Moment Structure*).

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa 1) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas informasi terhadap persepsi nilai pada pengguna *e-commerce*, 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas sistem terhadap persepsi nilai pada pengguna *e-commerce*, 3) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap persepsi nilai pada pengguna *e-commerce*, 4) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas informasi terhadap kepuasan pada pengguna *e-commerce*, 5) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas sistem terhadap kepuasan pada pengguna *e-commerce*, 6) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada pengguna *e-commerce*, 7) tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel persepsi nilai terhadap kepuasan pengguna pada *e-commerce*, 8) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel persepsi nilai terhadap niat menggunakan kembali *e-commerce* dan 9) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kepuasan terhadap niat menggunakan kembali *e-commerce*.

Kata Kunci: *E-commerce* , Niat Menggunakan Kembali, Sistem Informasi.

ABSTRACT

Information systems today are very important for the company in running the business sustainability in accordance with the development of information technology is rapidly increasing. Many companies invest huge capital for information systems so that they can run the business with technology that may impact upon the success into business. Relationship of doing business in global terms with the information system is not separated from the presence of Internet technology as a trend in the world of international communication which can reduce operational costs and business transactions. Information technology can be used for electronic trading facilities, or known as E-Commerce. With the increase of e-commerce users in Indonesia background for the emergence of online shopping company to market a product or service online. Companies not need opens physical stores to sell their products review and also can be send information, promotional products and transactions with consumers without direct met. The purpose of this study was to determine the factors that influence the intention of reuse e-commerce. The sample used in the studies are a number of 240 respondents who are users of e-commerce. Data analysis techniques used in this study is SEM (Structural Equation Modelling) operated by AMOS program (Analysist of Moment Structure).

The results of this study concluded that 1) there is positive and significant effect of variable information quality on the perception value in the e-commerce, 2) there is a positive and significant effect of variable quality system on the perceived value in the e-commerce, 3) there is positive and significant effect of variable service quality on the perception value in the e-commerce, 4) there is positive and significant effect of variable information quality on the user satisfaction in the e-commerce, 5) there is a positive and significant effect of variable quality system on the user satisfaction in the e-commerce, 6) there is positive and significant effect of variable service quality on the user satisfaction in the e-commerce, 7) has no positive and significant effect of variable perceived value on the user satisfaction in the e-commerce, 8) there is positive and significant effect of variable perceived value on the intention to reuse e-commerce and 9) there is positive and significant effect of variables user satisfaction on the intention to reuse e-commerce.

Keywords: E-commerce, Intention to reuse, information system.