

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESEDIAAN KONSUMEN UNTUK MEMBAYAR TARIF PREMIUM PENGIRIMAN BARANG SAAT BERBELANJA DARING

Elvandari Miliyarti

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
elvandarimiliyarti@gmail.com

Mohamad Rizan

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
dr_rizan@yahoo.com

Usep Suhud

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
usuhud@unj.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model TAM dan kesediaan konsumen untuk membayar layanan pengiriman pada hari yang sama saat berbelanja daring. Dalam penelitian ini akan menggunakan sampel sebanyak 200 responden yang diambil seluruhnya di wilayah Jabodetabek. Metode yang digunakan adalah *structural equational model* (SEM) menggunakan software SPSS 23 dan AMOS 21. Terdapat 8 hipotesis dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan diterima, model TAM dapat digunakan untuk mengetahui penggunaan layanan pengiriman pada hari yang sama serta kesediaan untuk membayar saat berbelanja daring.

Kata kunci: *technology acceptance model* (TAM), layanan, pengiriman, hari yang sama, kesediaan untuk membayar, belanja daring.

Abstract

The purpose of this research is to discover Technology Acceptance Model (TAM) and customer's willingness to pay for same day delivery service on online shopping. This research would be using samples involving 200 respondents which took place on Great Jakarta area. Methods used in this research are structural equational model (SEM) and using SPSS 23 dan AMOS 21 as tools. This research would mention 8 hypotheses. The result would be all hypotheses that was mentioned were accepted, TAM can be used to discover customer's use of same day delivery service and willingness to pay on online shopping.

Keyword: technology acceptance model (TAM), service, delivery, same-day, willingness to pay, online shopping.