

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas informasi terhadap behavioural intention melalui foto produk. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen Deliwafa Store di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Deliwafa Store yang pernah berbelanja pada situs Shopee di Surabaya. Data yang diperoleh merupakan hasil dari pengisian kuesioner yang diisi secara online dengan menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik non probability sampling metode accidental sampling. Adapun penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modelling dengan software AMOS versi 24.0. Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kualitas informasi terhadap foto produk dan juga terdapat pengaruh signifikan dan positif antara foto produk terhadap behavioural intention. Sedangkan kualitas informasi berpengaruh tidak signifikan terhadap foto produk.

Kata Kunci: Kualitas Informasi, Behavioural Intention, Foto Produk

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of information quality on behavioural intention through product photos. This research was conducted on Deliwafa Store consumers in Surabaya. The population in this study were Deliwafa Store consumers who had shopped at the Shopee site in Surabaya. The data obtained is the result of filling out a questionnaire filled online using a Likert scale. This study used a quantitative approach with a total sample of 100 respondents using techniques non probability sampling method accidental sampling. As for this research using the method Structural Equation Modelling with software AMOS version 24.0. Based on the hypothesis testing has proven that there is a significant and positive influence between the quality of information to product photos, there are significant and positive influence between the product photos of the behavioural intention. While the quality of information has no significant effect to product photos.

Keywords: Information Quality, Behavioural Intention, Product Photos