

ABSTRAK

IMPLEMENTASI *PUSH-PULL MOORING FRAMEWORK* TERHADAP PERILAKU *WEBROOMING* DAN *SHOWROOMING* PADA *OMNICHANNEL*

RASTI AJENG WILDARIANI

H1E017005

Salah satu strategi yang digunakan untuk perkembangan retail adalah strategi *omnichannel*. Strategi *omnichannel* adalah strategi yang mengintegrasikan seluruh saluran penjualan. Strategi ini memberikan pilihan kepada konsumen untuk memilih dan berpindah dari suatu saluran ke saluran lainnya. Hal ini menyebabkan timbulnya perilaku *webrooming* dan *showrooming*. Beberapa bisnis retail sudah menerapkan strategi *omnichannel* seperti Alfamart, Zara, Telkomsel, dan lain-lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja dan bagaimana pengaruh faktor penyebab *webrooming* dan *showrooming* dengan menggunakan *Push-Pull Mooring (PPM) Framework* untuk memaksimalkan penjualan diseluruh saluran penjualan pada retail. Faktor *Push* meliputi *information searching*, *service quality*, dan *price*. Faktor *Pull* meliputi *alternative attractiveness* dan *responsiveness*. Faktor *Mooring* meliputi *switching cost*, *subjective norm*, dan *habbit*. Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari data 100 kuisisioner yang didapatkan dari pengguna *omnichannel* di Kabupaten Banyumas. Pengolahan data menggunakan *software* SmartPLS dan diperoleh hasil terdapat indikator yang memiliki pengaruh positif dan indikator yang memiliki pengaruh negatif pada masing-masing variabel *push*, *pull*, *mooring* terhadap perilaku *webrooming* dan *showrooming*. Usulan yang mungkin diberikan kepada perusahaan *omnichannel* yaitu memperhatikan faktor *information searching*, *price*, *alternative attractiveness*, dan *responsiveness* pada masing-masing saluran penjualan dan menambah kualitas pada faktor-faktor tersebut.

Kata kunci : *Omnichannel*, *Webrooming*, *Showrooming*, *Push-Pull Mooring (PPM) Framework*

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF PUSH-PULL MOORING FRAMEWORK ON WEBROOMING AND SHOWROOMING BEHAVIOR IN OMNICHANNEL

RASTI AJENG WILDARIANI

H1E017005

One strategy that can be used to increase retail sales is an omnichannel sales strategy. Omnichannel strategy is a strategy that integrates all sales channels. This strategy gives options to customers to choose and move from one channel to another. This results in webrooming and showrooming shopping methods. Several retail stores that already implemented an omnichannel strategy in their business strategy are Alfamart, Zara, Telkomsel, etc. The objective of this study is to determine what and how the Push-Pull Mooring (PPM) Framework influences in order to maximize sales across all sales channels on omnichannel. The data is collected by questionnaire with 100 respondents in Banyumas. Meanwhile, data processing is using SmartPLS software. From the results of data processing, it is found that there are indicators that have a positive influence and indicators that have a negative influence on each of the push, pull, mooring variables on webrooming and showrooming behavior. The suggestion that might be given to omnichannel companies is to pay attention to the factors of information searching, price, alternative attractiveness, and responsiveness in each sales channel and increase the quality of these factors.

Keywords : Omnichannel, Webrooming, Showrooming, Push-Pull Mooring (PPM) Framework