

ABSTRAK

Saat ini hampir disetiap kegiatan tidak lepas dengan penggunaan internet. Ini membuat penggunaan internet meningkat dari tahun ke tahun. Fungsi internet salah satunya adalah jual beli, biasanya disebut dengan *e-commerce*. Internet yang mampu menghubungkan seluruh dunia dengan satu “klik” saja mengubah pula pola hidup masyarakat dengan perubahan metode berbelanja yaitu secara *online*. Penjualan *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2018 mencapai Rp 117,7 Triliun. Banyak apotek juga merambah penjualan secara *online* salah satunya adalah Apotek Kimia Farma. Peneliti menyadari banyak hal positif dan negatif dari penjualan secara *offline* dan *online* pada Apotek *online* Kimia Farma. Faktor – faktor tersebut mempengaruhi pada keputusan konsumen untuk memilih berbelanja secara *online* atau *offline* pada Apotek Kimia Farma.

Pada penelitian ini akan dianalisis mengenai faktor pendukung dan penghambat pembeli berpindah metode berbelanja dari *offline* ke *online*. Dalam penelitian ini peneliti mengambil obyek Apotek Kimia Farma karena baru saja meluncurkan website untuk penjualan secara *online* serta telah memiliki apotek *offline* hampir disetiap daerah. Dengan 100 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dalam melakukan analisis. Didapatkan hasil yang signifikan untuk variabel *switching barrier*, *alternative attractiveness*, *explatory behaviour* dan *self efficacy* terhadap *switching intention*.

Kata Kunci : Perceived Risk, Switching Barrier, Alternative Attractiveness, Explatory Behaviour, Self Efficacy, Switching Intention

ABSTRACT

Nowadays almost every activity is not freelancing with use of Internet. This makes internet use increase year after year. One of the Internet functions is buying and selling, usually called e-commerce. Internet that is able to connect all over the world with one "click". Ease use of internet make change the lifestyle of the community with the change of shopping method is online. E-commerce Sales in Indonesia in 2018 reached Rp 117.7 trillion. Many pharmacies also penetrated online sales of which are pharmacy Kimia Farma. Researchers realized many positive and negative things from offline and online sales at Kimia Farma Online Pharmacy. These factors influence the consumer's decision to choose to shop online or offline at pharmacy Kimia Farma.

In this research will be analyzed about the supporting factors and inhibiting buyer switching method of shopping from offline to online. In this research researchers took the object of pharmacy Kimia Farma because it has just launched a website for sales online as well as having had offline pharmacies almost in every area. With 100 respondents corresponding to the research criteria.

This research uses the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method of conducting analysis. Obtained significant results for variable switching barrier, alternative attractiveness, explatory behaviour and self efficacy against switching intention.

Key Words: Perceived Risk, Switching Barrier, Alternative Attractiveness, Explatory Behaviour, Self Efficacy, Switching Intention