

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan (satisfaction) dan loyalitas (loyalty) pada online shopping : studi kasus wilayah Jabodetabek = The analysis of factors that influence satisfaction and loyalty of online shopping : case study Jabodetabek area

Ika Masteka, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20319999&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas bagi konsumen yang melakukan pembelian barang melalui internet yaitu faktor eksternal yang berasal dari penerimaan teknologi (technology acceptance factors), kualitas layanan website (website service quality), dan E-ServQual serta faktor internal yakni specific holdup cost. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen yang melakukan pembelian barang melalui internet. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa loyalitas dapat dipengaruhi secara langsung melalui eksternal faktor dan secara tidak langsung dengan pengaruh yang diberikan oleh kepuasan konsumen secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas, para pebisnis perlu memperhatikan faktor penerimaan teknologi, kualitas layanan website, dan specific holdup cost.

.....This research discusses the analysis of the factors that influence satisfaction and loyalty for consumers who purchase goods over the internet is an external factor that comes from technology acceptance factors, website service quality, and EServQual as well as internal factors that is specific holdup cost. Structural Equation Modeling with LISREL 8.8 program has been used to process the data.

These results of this research shows that three factors influence the satisfaction and loyalty of consumers who make purchases via the internet. This study also found that loyalty can be influenced by external factors directly and indirectly by the impact of customer satisfaction significantly. This indicates that to increase customer satisfaction and loyalty, businesses need to concern about technology acceptance factors, website service quality, and specific holdup cost.