

Faktor penting web equity yang membangun loyalitas pelanggan pada website : penelitian pada detik.com

Muhammad Doddy Ahdiyati Bahtiar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20338748&lokasi=lokal>

Abstrak

Studi ini mengajukan sebuah model mengenai web equity yang didefinisikan sebagai nama domain dari sebuah situs web yang menjadi nilai tambah sebuah situs web. Dimensi dari web equity adalah awareness dan image dari sebuah situs. Secara khusus, penelitian ini ingin menguji hubungan antara web equity dan loyalitas. Penelitian ini juga menginvestigasi faktor-faktor penting dari web equity.

Hasil penelitian berdasarkan pada data yang dikumpulkan dari 226 pengunjung Detik.com baik secara online maupun offline. Data yang terkumpul dianalisis dengan analisis faktor dan analisis regresi. Melalui analisis regresi, web equity ditentukan oleh tiga faktor yang diidentifikasi menjadi faktor penting dalam membangun nilai pada perusahaan online, antara lain: komunikasi non-pemasar, desain situs web, dan karakteristik produk. Hasil analisis juga menunjukkan adanya dampak positif dari web equity terhadap loyalitas.

Temuan penelitian memberikan implikasi bahwa konsep brand equity dapat diaplikasikan dalam dunia pemasaran digital. Implikasi dari studi ini mendukung pentingnya pemasaran referral dalam dunia pemasaran digital. Temuan ini juga memberikan dampak akan pentingnya desain situs web dan karakteristik produk atau jasa dalam membangun web equity.

.....This study proposes a model of web equity, which is defined as domain name of website which gives value added for website. Dimension of web equity are awareness and image from the website. Specifically, this research seeks to examine the relationship between web equity and loyalty. This research also investigate important/actors of web equity.

Results based on the data collected from 226 Detik.com consumers by online and offline. The collected data was analyzed using factor analysis and regression analysis. By regression analysis, web equity is supported by three categories of factors identified as important to consumers in building value in online companies, non-marketer communications, web site design, and product characteristics. Results also show a positive impact of web equity toward loyalty.

The findings imply the brand equity concept can be applied in digital marketing. Implication in this study supports importance referral marketing in digital marketing. The findings also imply importance of web site design and product or service characteristics in building web equity.