Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Peran kualitas situs dari sebuah toko online dalam membangun hubungan dengan pelanggan = The role of site quality of an online store in building relationships with customers

Deby Syafitri, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404176&lokasi=lokal

---

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat peran dari Kualitas Situs (Site Quality) sebuah toko online dalam membangun hubungan dengan pelanggan yang dikembangkan oleh Shin et al (2013). Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah pelanggan yang pernah atau sering melakukan pembelian pada situs belanja online. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 200 responden. Untuk mengolah data digunakan Structural Equation Modelling dengan bantuan software LISREL 8.54. Hasil yang diperoleh dari analisis penelitian ini adalah kualitas situs memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepercayaan pelanggan dan komitmen pelanggan. Kemudian kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap komitmen pelanggan. Dan hasil analisis terakhir adalah kepercayaan pelanggan dan komitmen pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pembelian ulang.

.....

This study aims to look at the role of Site Quality of an online store in building customer relationships developed by Shin et al (2013). In this study, the sample used is the customer who ever or frequently make purchases at online shopping sites. The number of respondents in this study were 200 respondents. To process the data used Structural Equation Modeling with LISREL software assistance 8.54. The results obtained from this analysis is the site quality has a positive effect on customer satisfaction. Furthermore, customer satisfaction has a positive effect on customer trust and customer commitment. Then customer trust has a positive effect on customer commitment. And the last result is the customer trust and customer commitment has a positive effect on repurchase intention.