

Analisis pengaruh e-satisfaction terhadap e-trust dan reputation dalam meningkatkan e-loyalty pada online marketplace di Indonesia: studi kasus pada Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli dan Elevenia = Analysis of influence by e-satisfaction toward e-trust and reputation to improve e-loyalty in Indonesia's online marketplace: case study on Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli and Elevenia

Lubis, Abdan Syakuro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20457467&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh E-satisfaction terhadap E-trust dan Reputation dalam Meningkatkan E-Loyalty pada Online Marketplace di Indonesia Studi kasus pada Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli dan Elevenia . Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain deskriptif. Variabel yang diuji pada penelitian ini di antaranya e-satisfaction, e-trust, reputation dan e-loyalty. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 150 responden, pria dan wanita yang pernah mengunjungi online marketplace tersebut dalam tiga bulan terakhir. Analisis dari penelitian ini diolah dengan metode Structural Equation Modelling SEM menggunakan Software Analysis of a Moment Structures AMOS 22.0 Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa E-satisfaction dapat mempengaruhi E-trust dan Reputation. Sementara, E-trust dan Reputation terbukti dapat mempengaruhi E-loyalty.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of E satisfaction on E trust and Reputation in Improving E Loyalty in Online Marketplace in Indonesia Case study on Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli dan Elevenia . This research is a quantitative research with descriptive design. The variables tested in this study are e satisfaction, e trust, reputation and e loyalty. The data is collected using questionnaire to 150 respondents who have visited the online marketplace mentioned. The analysis of this research is processed by Structural Equation Modeling SEM method using Software Analysis of a Moment Structures AMOS 22.0 The result of this research shows that E satisfaction can affect E trust and Reputation. Meanwhile, E trust and Reputation can prove to affect E loyalty.