

Pengaruh consumers perception of ethics of online retailers terhadap loyalitas konsumen mataharimall.com yang dimediasi oleh kepuasan konsumen studi pada mahasiswa di Jakarta = The Effect of consumers perception of ethics of online retailers on consumer loyalty through consumer satisfaction study on mataharimall.com consumer in Jakarta

Fika Restyana Ramadhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20465705&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Consumers' Perception of Ethics of Online Retailers (CPEOR) dalam bisnis e-commerce bersifat penting karena transaksi online memunculkan kekhawatiran konsumen terhadap adanya perilaku tidak etis yang dilakukan oleh peritel online. Peritel online yang menjalankan kegiatan bisnisnya dengan memperhatikan unsur-unsur etika, akan mampu membentuk kepuasan dan loyalitas konsumen. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara CPEOR terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. Sampel yang digunakan sebanyak 110 responden konsumen MatahariMall.com di Jakarta. Kuesioner dijadikan sebagai instrumen penelitian, dan data dianalisis dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa CPEOR memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.

<hr>

ABSTRACT

Consumers' Perception of Ethics of Online Retailers (CPEOR) in e-commerce business is important because online transactions raise consumer concerns about unethical behavior by online retailers. Online retailers who run their business activities with attention to the elements of ethics, will be able to build a consumer satisfaction and consumer loyalty. The main purpose of this research was to examine the relationship between CPEOR and loyalty through consumer satisfaction. This research uses 110 respondents from MatahariMall.com consumer in Jakarta. The questionnaires were used as research instruments, and data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The results show that CPEOR has a significant influence on consumer loyalty through consumer satisfaction.