

Strategi peningkatan customer loyalty pada situs e-commerce b2c berdasarkan faktor-faktor e-service quality dan product diversification = Strategy to increase customer loyalty on B2C E-commerce site based on e-service quality and product diversification factors

Emmanuella Isabella, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20465785&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perkembangan dunia teknologi dan komunikasi serta dampak globalisasi telah menjadi permulaan bagi perubahan dalam industri bisnis. Hal tersebut membawa dampak positif dalam bisnis perdagangan secara online atau yang disebut dengan e-commerce. Banyaknya industri e-commerce yang bermunculan membuat persaingan antar bisnis online semakin ketat untuk dapat mempertahankan pelanggan agar tidak mudah berpindah ke situs e-commerce lainnya. Dengan kompetisi yang semakin ketat antar industri e-commerce, peran e-service quality dan product diversification sangat berpengaruh terhadap nilai yang dirasakan oleh pelanggan yang dapat berdampak pada kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan melalui word of mouth dan purchase intention. Maka dari itu, situs e-commerce membutuhkan strategi yang kuat untuk dapat meningkatkan Customer Loyalty. Penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor E-Service Quality dan Product Diversification terhadap Customer Loyalty pada situs e-commerce B2C yaitu Lazada dan Blibli. Selain itu, digunakan Importance-Performance Analysis untuk mendapatkan faktor-faktor yang harus diprioritaskan agar dapat dijadikan strategi melalui action plan untuk memenuhi harapan pelanggannya dalam situs e-commerce B2C. Hasil penelitian ini merupakan strategi bagi Lazada dan Blibli guna meningkatkan Customer Loyalty pelanggan, sehingga dapat mampu bertahan dan bersaing dengan situs e-commerce B2C Indonesia lainnya. Dengan demikian, hubungan jangka panjang dengan konsumen dapat terjaga.

<hr>

ABSTRACT

The evolution of the technology and communication and the impact of globalization has been the beginning for change in the business industry. It brings a positive impact in the business of trading online or called e-commerce. The large number of emerging e-commerce industry makes the competition between online business more stringent to be able to keep customers from moving easily to other e-commerce sites. With the increasingly tight competition between e-commerce industry, the role of e-service quality and product diversification is very influential to customer perceived value that can impact on customer satisfaction, trust and loyalty through word of mouth and purchase intention. Therefore, e-commerce sites require a strong strategy to increase Customer Loyalty. This research uses Structural Equation Modeling method to find out the influence of E-Service Quality and Product Diversification factors to Customer Loyalty on B2C e-commerce sites namely Lazada and Blibli. In addition, Importance Performance Analysis is used to get factors to be prioritized in order to be a strategy by action plan to meet customer expectations plan in B2C e-commerce site. The results of this study is a strategy for Lazada and Blibli in order to increase Customer Loyalty customers, so as to survive and compete with other B2C e-commerce sites Indonesia. Thus, long

term relationships with consumers can be maintained.