

Pemodelan user experience pada situs web e-commerce jenis C2C = User experience modeling on consumer-to-consumer C2C e-commerce website

Gaby Reveria Hellianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475558&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang pesat saat ini telah membawa kita pada era digital, di mana media teknologi dan komunikasi, seperti internet menjadi salah satu media yang dikenal semua orang dan digunakan untuk berbagai keperluan. Hal ini tidak hanya disadari oleh kaum awam, namun juga seluruh perusahaan dan organisasi, baik sosial maupun komersial.

Banyak perusahaan melihat situasi ini sebagai ruang atau media baru untuk melakukan ekspansi bisnis sebagai cara yang inovatif dalam melakukan kegiatan perekonomian yang memenuhi ekspektasi masyarakat terkait aspek kemudahan, dikenal dengan istilah e-commerce. E-commerce menjadi salah satu alternatif pilihan bagi perusahaan sebagai media informasi yang memudahkan adanya interaksi antara penjual dan pembeli tanpa dibatasi ruang dan waktu, yang mana kemajuannya didukung oleh penggunaan website. Bagaimana pengalaman pengguna selama berinteraksi dengan website menjadi kunci penting dalam kemajuan e-commerce.

Penelitian ini memberikan bentuk model pengalaman pengguna website e-commerce agar mampu meningkatkan keberhasilan performa bisnis e-commerce melalui penggunaan website. Penelitian ini berfokus pada e-commerce jenis C2C di Indonesia dengan tujuan untuk memodelkan hubungan antar faktor dalam UX.

The rapid technology and communication developments today have brought us to the digital age, where its media, such as the internet become one famous media that is widely used for various purposes around the world. The advantages of this era are not only realized by the laity, but also all companies and organizations, both social and commercial.

Many organizations view this situation as a space or new media to do business expansion as an innovative way of doing activities that meet the communities expectations of economy related aspects of convenience, known by the term of e commerce, which became one of the alternative options for the organizations as a medium of information which facilitates the presence of interaction between sellers and buyers without limited time and space, where their progress was supported by the use of the website. How the user experience in interacting with the website become an important key in the advancement of e commerce. This research provides user experience modeling on e commerce website in order to be able to increase the success of e commerce business performance through the use of the website. This research focuses on e commerce type of C2C in Indonesia with the aim to model of relationships factor in term of user experience using structural equation modeling.