

## Pengaruh E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Pada Pembeli Bukalapak.Com Di Jabodetabek = E-Trust And E-Satisfaction Effect On E-Loyalty In Bukalapak.Com Buyers In Jabodetabek

Taris Aripratama Iskandar, autho

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20500339&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Meningkatnya persaingan e-commerce di Indonesia dalam mendapatkan dan mempertahankan pelanggan membuat loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan e-commerce menjadi hal sangat penting dalam menghadapi persaingan. Kajian sebelumnya menunjukkan pengaruh signifikan antara e-trust dan e-satisfaction terhadap e-loyalty. Kajian ini bertujuan untuk mencari pengaruh e-trust dan e-satisfaction terhadap e-loyalty. Kajian ini mengambil 100 sampel pelanggan Bukalapak.com berusia lebih dari 18 yang telah berbelanja di Bukalapak.com minimal dua kali serta tinggal di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Analisis regresi berganda digunakan dalam kajian ini. Hasil dari kajian ini menunjukkan bahwa e-trust dan e-satisfaction memiliki pengaruh signifikan terhadap e-loyalty. Temuan dari kajian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Bukalapak.com untuk lebih meningkatkan aspek e-trust dan e-satisfaction dalam meningkatkan e-loyalty pembelinya di Jabodetabek

.....Increased e-commerce competition in Indonesia in obtaining and retaining customers makes loyalty owned by e-commerce customers very important in the face of competition. Previous studies show a significant influence between e-trust and e-satisfaction on e-loyalty. This study aims to look for the influence of e-trust and e-satisfaction on e-loyalty. This study took 100 samples of Bukalapak.com customers aged over 18 who had shopped at Bukalapak.com at least twice and lived in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi areas using a purposive sampling technique. Multiple regression analysis was used

in this study. The results of this study indicate that e-trust and e-satisfaction have a significant effect on e-loyalty. The findings of this study can be taken into consideration for Bukalapak.com to further enhance aspects of e-trust and e-satisfaction in increasing the e-loyalty of its buyers in Jabodetabek