

Loyalitas pemakai internet dalam penggunaan search engine

Fitri Azwar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90199&lokasi=lokal>

Abstrak

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pelanggan merupakan aset perusahaan yang sangat berharga. Menyadari hal tersebut, tingkat kepedulian perusahaan akan keberadaan konsumen semakin meningkat. Perusahaan semakin sadar bahwa konsumen adalah bagian terpenting dalam kelangsungan hidup mereka. Untuk itu perusahaan berusaha agar konsumen atau pelanggan loyal terhadap perusahaan.

Dalam dunia cyber, customer loyalty adalah sesuatu yang mahal dan sulit dimiliki. Hampir tidak adanya switching cost untuk berpindah pada perusahaan lain dalam dunia maya membuat sebagian ahli berpendapat minimnya customer loyalty pada pemakai internet. Padahal disisi lain perusahaan yang bergerak pada industri ini berusaha untuk membentuk loyalitas pelanggan terhadap situs mereka.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen internet (internet user) Indonesia dan untuk mengidentifikasi atribut-atribut apa saja yang mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen internet di Indonesia dalam menggunakan search engine.

Pengguna search engine menggunakan search engine berdasarkan pada beberapa pertimbangan terhadap atribut-atribut search engine. Atribut-atribut search engine yang dianggap penting oleh pemakainya secara berturut-turut adalah kelengkapan informasi, kecepatan download, user friendly, direct link, display yang menarik, popularitas search engine, tersedianya fitur, tersedianya free e-mail service, dan banner iklan.

Pada umumnya pemakai search engine memiliki loyalitas yang cukup tinggi terhadap search engine yang paling sering mereka gunakan. Hal ini dapat dilihat pada beberapa faktor yaitu tingkat pemakaian (usage), tingkat kepuasan (customer satisfaction), rencana pemakaian kedepan (future usage), dan kesediaan memberikan rekomendasi pada pihak lain (referral). Customer loyalty berdasarkan tingkat pemakaian dapat dilihat pada beberapa faktor yaitu frekuensi, banyak search engine yang digunakan, penggunaan fitur lain yang terdapat pada search engine, dan tindakan yang diambil bila menemukan suatu masalah.

Tingkat kepuasan pemakai search engine cukup tinggi terhadap search engine tertentu, dengan mean tingkat kepuasan secara keseluruhan (overal satisfaction) terhadap search engine yang paling sering digunakan adalah mendekati puas. Namun tidak terdapat hubungan tingkat kepuasan keseluruhan dengan kesediaan memberikan rekomendasi mengenai search engine tertentu kepada pihak lain, dan tidak ada hubungan antara tingkat kepuasan keseluruhan dengan rencana menggunakan search engine yang sama dimasa yang akan datang. Hal ini membuktikan bahwa satisfaction tidak selalu sejalan dengan loyalty, namun satisfied customer akan lebih loyal bila dibandingkan dengan unsatisfied customer.

Mayoritas pengguna search engine akan menggunakan search engine yang sama dimasa yang akan datang, dan bersedia memberikan rekomendasi tentang search engine yang sering digunakan kepada pihak lain.

Namun tidak terdapat hubungan antara menggunakan search engine yang paling sering digunakan dimasa yang akan datang dengan memberikan rekomendasi mengenai search engine yang paling sering digunakan kepada pihak lain.