

Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Loyalty dengan E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Blibli di Jabodetabek = The Effect of E-Service Quality on E-Customer Loyalty with E-Customer Satisfaction as a Mediating Variable for Blibli Users in Jabodetabek

Fauziyyah Hanun, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920518079&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebagai salah satu e-commerce terbesar di Indonesia, Blibli harus terus meningkatkan loyalitas penggunanya. Akan tetapi, Blibli masih mengalami penurunan pada jumlah pengunjung website bulanan dan pengguna aktif harian di perangkat Android. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh e-service quality terhadap e-customer loyalty dengan e-customer satisfaction sebagai variabel mediasi pengguna Blibli di Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form kepada 140 responden yang merupakan pengguna Blibli, berusia minimal 18 tahun, dan telah melakukan transaksi minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi, uji z, dan uji Sobel untuk menganalisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-service quality memiliki dampak langsung dan signifikan terhadap e-customer satisfaction dengan efisiensi sebagai dimensi yang paling dominan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa e-service quality memiliki dampak langsung dan signifikan terhadap e-customer loyalty dengan efisiensi sebagai dimensi yang paling dominan. Selain itu, hasil penelitian ini menemukan efek mediasi e-customer satisfaction dalam hubungan antara e-service quality dan e-customer loyalty pengguna Blibli di Jabodetabek.

.....As one of the biggest e-commerce in Indonesia, Blibli must continue to increase the loyalty of its users. However, Blibli is still experiencing a decline in the number of monthly website visitors and daily active users on android devices. The purpose of this research is to analyze the effect of e-service quality on e-customer loyalty with e-customer satisfaction as a mediating variable for Blibli users in Jabodetabek. This research uses a quantitative approach with a purposive sampling technique. This research was carried out by distributing questionnaires via Google Form to 140 respondents who are Blibli users, at least 18 years old, and have made at least 2 transactions in the last 6 months. This research uses descriptive analysis, regression analysis, z test, and Sobel test to analyze the data. The results of the study shows that e-service quality has a direct and significant impact on e-customer satisfaction with the efficiency as the most dominant dimension. The results of this study also shows that e-service quality has a direct and significant impact on e-customer with the efficiency as the most dominant dimension. In addition, the results of this research found the mediation effect of e-customer satisfaction in the relationship between e-service quality and e-customer loyalty for Blibli users in Jabodetabek.