

INTISARI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji peran kualitas layanan daring dalam mempengaruhi kepuasan, kepercayaan, serta perilaku loyalitas pelanggan pada lokapasar daring Shopee di Indonesia. Variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah desain laman, layanan pelanggan, keamanan/privasi, layanan transaksi penjualan, kualitas layanan daring, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, niat pembelian ulang, getok tular, dan kunjungan ulang laman. Strategi riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan riset kuantitatif dengan metode survei yang alat ukurnya menggunakan kuesioner. Metode pengambilan sampel data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 300 sampel. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang berdomisili di Pulau Jawa, memiliki pengalaman menggunakan lokapasar daring Shopee 6 bulan terakhir, dan berumur 17 hingga 40 tahun. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS-SEM dengan perangkat lunak SMART-PLS. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi desain laman, layanan pelanggan, keamanan/privasi, dan layanan transaksi penjualan berpengaruh positif pada kualitas layanan daring. Temuan dalam penelitian ini juga mengungkapkan bahwa kualitas layanan daring berpengaruh positif pada kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Hasil pada penelitian ini juga menemukan bahwa kepuasan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif pada niat pembelian ulang dan getok tular. Disamping itu, temuan pada penelitian ini menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif pada kunjungan ulang laman.

Kata Kunci: Desain laman, layanan pelanggan, keamanan/privasi, layanan transaksi penjualan, kualitas layanan daring, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, niat pembelian ulang, getok tular, kunjungan ulang laman, dan Lokapasar daring Shopee.

ABSTRACT

This study aims to examine the role of online service quality in influencing customer satisfaction, trust, and customer loyalty behavior at Shopee's online marketplace in Indonesia. The variables contained in this study are site design, customer service, security/privacy, sales transaction services, online service quality, customer satisfaction, customer trust, repurchase intentions, word of mouth, and site re-visit. The research strategy used in this research is to use a quantitative research approach with a survey method with a questionnaire as the measuring instrument. The data sampling method used in this research is non-probability sampling with purposive sampling method. The sample size in this study was 300 samples. Respondents in this study are consumers who live on the Java, have experience using Shopee's online marketplace for the last 6 months, and are 17 to 40 years old. The data analysis method used in this research is PLS-SEM with SMART-PLS software. The results of this study indicate that the dimensions of site design, customer service, security/privacy, and sales transaction services have a positive effect on the quality of online services. The findings in this study also reveal that online service quality has a positive effect on customer satisfaction and trust. The results of this study also found that customer satisfaction and trust had a positive effect on repurchase intentions and word of mouth. In addition, the findings in this study found that customer satisfaction has a positive effect on site re-visit.

Keywords: Site design, customer service, security/privacy, sales transaction services, online service quality, customer satisfaction, customer trust, repurchase intentions, word of mouth, site re-visits, and Shopee online marketplace.