

ABSTRAK

Pertumbuhan perdagangan elektronik tumbuh sangat cepat sejak tahun 2018 hingga sekarang. Memiliki pemasok yang berkualitas menjadi salah satu keunggulan persaingan perdagangan elektronik untuk memikat para konsumen. Bagi platform perdagangan elektronik, kualitas dan kelengkapan pemasok menjadi daya tarik utama bagi konsumen untuk bertransaksi di dalam platform mereka.

ESQUAL sebagai salah satu konsep kualitas layanan elektronik hadir untuk menilai layanan kualitas di dalam platform perdagangan elektronik. ESQUAL terdiri dari 4 dimensi yakni efisiensi, ketersediaan, pemenuhan dan privasi. Keempat dimensi ini juga dapat dikaitkan lebih jauh pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dan juga kesetiaan pelanggan.

Metode statistik deskriptif dengan instrumen kuesioner dilakukan untuk mengidentifikasi respon pelanggan salah satu toko daring es krim. Total 50 responden terkumpul dari pelanggan yang melakukan transaksi Januari hingga Juni 2024. Wawancara dengan pengelola dan pelaksana toko juga dilakukan sebagai penambah hasil deskripsi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan respon responden terhadap keempat dimensi ESQUAL (efisiensi, ketersediaan, pemenuhan dan privasi) memiliki nilai diatas 4 yang artinya memuaskan. Dimensi kepuasan dan kesetiaan juga memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Penelitian ini membuka komunikasi kepada para pelanggan untuk mengetahui fakta dan informasi perilaku konsumen pelanggan toko daring dan menstimulasi keberlanjutan penelitian pada sudut pandang dan bidang disiplin ilmu lain.

ABSTRACT

The growth of e-commerce has grown very rapidly since 2018 until now. Having quality suppliers is one of the competitive advantages of e-commerce to attract consumers. For e-commerce platforms, the wide variety and quality of suppliers are the main attractions for consumers to transact on their platforms.

ESQUAL as one of the concepts of electronic service quality is here to assess quality services on e-commerce platforms. ESQUAL consists of 4 dimensions, namely efficiency, availability, fulfillment and privacy. These four dimensions can also be further linked to their influence on customer satisfaction and customer loyalty.

Descriptive statistical methods with questionnaire instruments were carried out to identify customer responses from one of the online ice cream stores. A total of 50 respondents were collected from customers who made transactions from January to June 2024. Interviews with store managers and executors were also conducted to supplement the results of the data description.

The results of this study show that respondents' responses to the four ESQUAL dimensions (efficiency, availability, fulfillment and privacy) have values above 4 which means satisfactory. The dimensions of satisfaction and loyalty also have a high level of satisfaction. This research opens communication to customers to find out facts and information about online store customer consumer behavior and stimulates continued research from other perspectives and disciplines.