

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengeksplorasi lebih jauh hubungan antara variabel kualitas antar-muka pelanggan, keamanan situs yang dipersepsikan, kepuasan pelanggan, dan biaya pindah terhadap kesetiaan pelanggan dari situs belanja daring. Objek pada penelitian ini adalah situs belanja daring yang ada di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan tipe *purposive sampling* dalam teknik pengambilan sampelnya. Sampel pada penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring dengan menggunakan fasilitas Google Form dan disebarluaskan melalui media sosial. Sampel yang diperoleh berjumlah 250 responden dengan metode pengisian skala Likert 5 poin. Selanjutnya pengolahan data dilakukan menggunakan metode analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan *software* SmartPLS 3.2.7.

Penelitian ini menguji delapan hipotesis dengan hasil tiga hipotesis tidak terdukung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas antar-muka dan keamanan situs yang dipersepsikan memiliki pengaruh yang signifikan kepada kepuasan pelanggan, namun tidak berpengaruh pada biaya pindah. Kemudian, kepuasan pelanggan dan biaya pindah bersama-sama berpengaruh signifikan kepada kesetiaan pelanggan, dan biaya pindah mempengaruhi hubungan di antara kepuasan dengan kesetiaan pelanggan.

Kata kunci: situs belanja daring, kualitas antar-muka, keamanan situs yang dipersepsikan, biaya pindah, kepuasan pelanggan, kesetiaan pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to examine and explore the effect of customer interface quality, perceived security, switching cost, and customer satisfaction towards customer loyalty. The object of this study is online shopping websites in Indonesia. This research is a quantitative research that use purposive sampling as one of the non-probability methods. The data was collected from 250 respondents though the Google Form facility and distributed through social media with 5 points Likert scale. The data processing used in this research is Partial Least Square (PLS) analysis and run by SmartPLS 3.2.7.

This research examine eight hypothesis and there are three rejected hypothesis. The results show that customer interface quality and perceived security significantly influence customer satisfaction, but has no significant effect to switching cost. Then the customer satisfaction and switching cost significantly influence customer loyalty, and the switching cost has been proved to moderate the relationship between customer satisfaction and customer loyalty.

Keywords: online shopping websites, customer interface quality, perceived security, switching cost, customer satisfaction, customer loyalty.