UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGARUH KUALITAS LAYANAN SITUS BELANJA DARING PADA KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN MATAHARI.COM
DELLA NANDA L., B.M Purwanto, Dr., M.B.A.,
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Pertumbuhan situs belanja daring di Indonesia semakin meningkat yang ditandai dengan munculnya banyak penyedia situs dan didukung dengan penggunaan internet oleh masyarakat dan daya konsumsi mereka yang cukup kuat. Hal tersebut mengakibatkan tingkat persaingan antar pelaku bisnis sebagai penyedia situs belanja semakin tinggi dengan berbagai keunggulan karakteristik yang dimiliki. Kondisi ini mempengaruhi posisi salah satu penyedia situs belanja yaitu Matahari.com yang mengalami penurunan kunjungan situs dan berdampak pada penurunan laba perusahaan. Untuk mengikuti dinamika persaingan yang semakin tinggi, setiap perusahaan perlu menciptakan dan memelihara kualitas layanan situsnya. Pada penelitian ini menganalisis bagaimana pengaruh karakteristik kualitas layanan situs yang terdiri dari kemudahan, kustomisasi, informasi, tampilan situs, komunikasi dan nilai hiburan yang disediakan situs belanja Matahari.com yang mengalami penurunan kinerja dan situs belanja daring lainnya yang dinilai memiliki kinerja lebih unggul sebagai varians pada terbentuknya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui media sosial dan langsung menemui responden. Sampel yang berhasil dikumpulkan sebanyak 233 responden yang memberikan jawaban mereka berdasarkan pengalaman belanja melalui situs Matahari.com dan satu situs belanja daring lainnya. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan sederhana.

Hasil menunjukkan bahwa kemudahan, tampilan situs, komunikasi dan nilai hiburan memiliki pengaruh secara positif pada kepuasan pelanggan Matahari.com dan situs belanja daring lainnya. Sedangkan kustomisasi dan informasi tidak menunjukkan pengaruh yang positif pada kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa sangat penting bagi penyedia situs belanja daring untuk selalu melakukan evaluasi terhadap kinerja situs mereka berdasarkan karakteristik tertentu untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan melakukan perbandingan terhadap kinerja situs lain yang dinilai lebih unggul khususnya dari karakteristik kemudahan situs yang menjadi variabel paling berpengaruh berdasarkan pada hasil penelitian ini.

Kata kunci: Situs belanja daring, kualitas layanan situs, kemudahan, kustomisasi, informasi, tampilan situs, komunikasi, nilai hiburan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGARUH KUALITAS LAYANAN SITUS BELANJA DARING PADA KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN MATAHARI.COM
DELLA NANDA L., B.M Purwanto, Dr., M.B.A.,
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

The growth of online shopping sites in Indonesia is increasing marked by the emergence of many site providers and is supported by the use of the internet by the people and their strong consumption. This has resulted in a higher level of competition among business people as providers of shopping sites with various characteristic advantages possessed. This condition affects the position of one of the shopping site providers, namely Matahari.com, which has decreased site traffic and has an impact on decreasing corporate profits. To follow the dynamics of increasingly high competition, every company needs to create and maintain the quality of its site services. In this study, analyzing how the influence of site service quality characteristics consisting of ease, customization, information, site display, communication and entertainment value provided by Matahari.com shopping sites has decreased performance and other online shopping sites that are considered to have superior performance as variance on the formation of customer satisfaction and loyalty. Data collection was carried out through questionnaires through social media and directly met with respondents. Samples were collected as many as 233 respondents who gave their answers based on shopping experience through the Matahari.com site and one other online shopping site. The data obtained is then analyzed using multiple linear regression and simple.

The results show that convenience, site appearance, communication and entertainment value have a positive influence on the satisfaction of Matahari.com customers and other online shopping sites. While customization and information do not show a positive influence on customer satisfaction. This research implies that it is very important for online shopping site providers to always evaluate the performance of their sites based on certain characteristics to increase customer satisfaction and loyalty by making comparisons of the performance of other sites that are considered superior, especially from the characteristics of site convenience which is the most influential variable. based on the results of this study.

Keywords: Online shopping, electronic service quality, convenience, customization, information, site display, communication, entertainment value, customer satisfaction, customer loyalty