

ABSTRAK

Indonesia dengan data pengguna internet yang terus meningkat, minat belanja daring yang semakin tinggi, dan berbagai macam jenis E-Commerce yang menawarkan desain dan interaksi lingkungan situs web yang bervariasi, hal ini dapat mempengaruhi kesetiaan merek pada sebuah E-Commerce tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan situs web (desain dan interaktivitas), afeksi merek dan kepercayaan merek pada kesetiaan merek.

Responden penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian secara daring di situs web Lazada Indonesia dan berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain lingkungan situs web, afeksi merek dan kepercayaan merek positif dan signifikan berpengaruh pada kesetiaan merek. Sedangkan interaktivitas situs web positif namun tidak signifikan berpengaruh pada kepercayaan merek. Saran dan implikasi manajerial untuk penelitian selanjutnya disediakan dibagian akhir.

Kata kunci: Desain Lingkungan Situs Web, Interaktivitas Situs Web, Afeksi Merek, Kepercayaan Merek, Kesetiaan Merek

ABSTRACT

Indonesia has a high number of internet users that is continuously increasing, high interest in online shopping, and the types of E-Commerce are vary by offering different website environment design and interactivity that distinguish them from others, thus people may establish their loyalty to one particular E-Commerce. The purpose of this research is to analyze the effect of website environment (design and interactivity), brand affect, brand trust towards brand loyalty.

The respondents are consumers who made online purchases in Lazada Indonesia, which domiciled in Daerah Istimewa Yogyakarta. The result shows that website environment design, brand affect, and brand trust are positive and significantly affect brand loyalty, while website interactivity is also positive but does not significantly affect brand trust. Suggestions and managerial implications for the next research are prepared in the final part.

Keywords: Website Environment Design, Website Interactivity, Brand Affect, Brand Trust, Brand Loyalty