

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM E-COMMERCE SAAT FESTIVAL BELANJA DARING

INTISARI

Tren belanja daring yang meningkat, membuat industri e-dagang di Indonesia semakin berkembang. Untuk menarik konsumen, perusahaan e-dagang berlomba-lomba memberikan promosi, salah satunya melalui festival belanja daring. Dalam memberikan berbagai promosi, e-dagang juga perlu memperhatikan kepuasan konsumen saat festival belanja daring. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penentu kepuasan konsumen saat festival belanja daring dan untuk mengetahui efek moderasi penghematan pada faktor kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kualitas jasa pengiriman pada kepuasan konsumen.

Penelitian dilakukan menggunakan strategi kuantitatif dengan membagikan kuesioner secara daring untuk pengumpulan data dan berhasil mengumpulkan 371 responden. Hasil analisis regresi berganda menggunakan aplikasi SPSS menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas produk, kualitas jasa pengiriman, dan penghematan pada kepuasan konsumen. Dengan menggunakan *Hierarchical Moderated Regression*, penelitian ini juga menunjukkan bahwa penghematan berhasil memoderasi hubungan antara kualitas informasi dengan kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kepuasan konsumen, kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan, kualitas produk, kualitas jasa pengiriman, penghematan, e-dagang, festival belanja daring.

Factors Affecting Customer Satisfaction in E-Commerce during Online Shopping Holiday

ABSTRACT

The increasing trend of online shopping has made the e-commerce industry in Indonesia grows. To attract consumers, e-commerce are competing to provide promotions, like online shopping festivals. In providing various promotions, e-commerce also needs to pay attention to consumer satisfaction during online shopping festivals. This study aims to determine the factors that affecting consumer satisfaction during online shopping festivals and to determine the moderating effect of savings on system quality, information quality, service quality, product quality, and delivery service on consumer satisfaction.

This study uses a quantitative approach by distributing online questionnaires for data collection with 371 participants. By using multiple regression analysis with SPSS application this study shows a significant effect on system quality, information quality, product quality, delivery service, and savings on consumer satisfaction. By using Hierarchical Moderated Regression, this study also shows that savings are successfully moderates the relationship between information quality and customer satisfaction and service quality and customer satisfaction.

Keywords: Customer satisfaction, system quality, information quality, service quality, product quality, delivery service, savings, e-commerce, online shopping festival.