

Analisis pengaruh kepuasan dan kepercayaan e-customer terhadap loyalitas e-Customer pada pelanggan e-commerce di Jabodetabek = Influence analysis of satisfaction and trust toward e-Customer loyalty to e-commerce customer in greater Jakarta

Mochammad Auditya Brilliant, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20332144&lokasi=lokal>

Abstrak

Meningkatnya pengguna internet di Indonesia dapat dikatakan sebagai penyebab meningkatnya pertumbuhan industri e-commerce di Indonesia. Dalam aplikasinya, loyalitas pengguna e-commerce menjadi penting karena mudahnya pengguna e-commerce berpindah dari situs e-commerce satu ke situs e-commerce lainnya, Untuk itu, menjadi menarik bahwa perusahaan harus mengetahui faktor apa yang membentuk loyalitas dari e-commerce.

Pada penelitian ini, hal yang akan menjadi pokok bahasan adalah pengaruh kepuasan dan kepercayaan konsumen dalam menggunakan layanan e-commerce terhadap pembentukan loyalitas pelanggan, dimana faktor kualitas tampilan website, kualitas informasi, persepsi keamanan dan persepsi privasi menjadi faktor yang diteliti dalam pembentukan kepuasan dan kepercayaan pelanggan e-commerce.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa, kualitas informasi mempengaruhi kepercayaan pengguna e-commerce dan akan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna e-commerce di Jabodetabek, sedangkan untuk variabel lainnya tidak berpengaruh secara signifikan.

Increasing Internet users in Indonesia can be said to cause increased growth of e-commerce industry in Indonesia. In its application, e-commerce user loyalty is important because of the ease of e-commerce users move from one e-commerce to e-commerce, for it to be interesting that the company should know what factors shape the loyalty of e-commerce.

In this study, it will be the subject of the influence of consumer satisfaction and trust in using e-commerce to the formation of customer loyalty, which the user interface quality, information quality, perceived security and perceived privacy in the formation of satisfaction and trust to e-commerce customers.

This study found that the information quality affects trust of e-commerce users and will significantly influence the loyalty of e-commerce users in Greater Jakarta, while the other variables are not significant.