

Pengaruh e-service quality melalui online shopping satisfaction terhadap online repurchase intention dan intention to buy at other online channel: studi kasus tokopedia com = The effect of e service quality through online shopping satisfaction to online repurchase intention and intention to buy at other online channel

Muhammad Rezaryano Yahdiyan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423249&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membawa kegiatan bisnis turut berkembang. Salah satu teknologi yang menjadi fenomena dan membawa banyak perubahan pada zaman globalisasi sekarang ini adalah internet. Teknologi internet pada dewasa ini banyak dimanfaatkan sebagai salah satu media untuk kegiatan bisnis. Kemunculan e-commerce atau yang dikenal juga dengan online shop merupakan salah satu dampak dari hal tersebut. Pada kegiatan bisnis dalam dunia online pihak penjual juga perlu untuk membangun dan menjaga pelayanannya. Hal tersebut tentunya dilakukan untuk memelihara konsumennya. Terlebih lagi pada dunia digital (e-commerce) konsumen dapat dengan mudah berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya hanya dengan meng-klik saja.

Tesis ini meneliti mengenai penengaruh dari pelayanan elektronik (e-service quality) yang terdiri dari tujuh dimensi melalui online shopping satisfaction terhadap online repurchase intention dan intention to buy at other online channel. Setelah menyusun hipotesis, data dikumpulkan dari 214 responden yang merupakan orang yang pernah berbelanja di Tokopedia sebagai objek penelitian. Data kemudian diolah dengan menggunakan SEM (Structural Equation Modeling).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya dimensi efficiency pada e-service quality yang mempengaruhi kepuasan pelanggan online, selain itu kepuasan pelanggan online memiliki pengaruh pada pembelian kembali di toko online dan kepuasan pelanggan online tidak memiliki pengaruh pada intensi untuk berpindah tempat atau channel toko online lainnya (intention to buy at other online channel).

<i>ABSTRACT</i>

Technological developments bring and helped business activity to develop. One technology that became a phenomenon and brought many changes in the time of globalization nowadays is the internet. Internet technologies nowadays is widely used as a medium for business activities. The emergence of e-commerce (also known as the online shop) is one of the effects of it. On the online business activities the sellers also need to build and maintain their services. It must be taken to maintain its customers. Moreover, in the digital world (e-commerce) consumers can easily move from one place to another just by clicking.

This thesis examines the effect of electronic services (e-service quality) that consists of seven dimensions through online shopping satisfaction to online repurchase intention and intention to buy at other online channel. After preparing the hypothesis, data were collected from 214 respondents who have shopped at Tokopedia as the object of the study. The data is then processed by using SEM (Structural Equation

Modeling).

The results showed that the only dimension in the e-service quality that affecting online customer satisfaction is efficiency, in addition the satisfaction of online customers have an influence on the repurchase at the online store and customer online satisfaction don't have an influence on intention to move to other place or other online channel (intention to buy at other online channel).