

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada e-commerce di Indonesia = Factors influencing customer loyalty towards e-commerce in Indonesia

Rayna Hanin Ahmad, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20444547&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan semakin ketatnya persaingan di e-marketplace C2C, penyedia platform harus mencari dan menemukan cara untuk menjaga hubungan dengan pelanggan. Penelitian ini membahas faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada e-commerce. Objek penelitian ini yaitu tiga perusahaan penyedia e-marketplace C2C di Indonesia. Pada penelitian ini digunakan metode SEM Structural Equation Modeling dengan indikator yang ditentukan berdasarkan literatur dan pendapat ahli dan melibatkan 350 responden untuk setiap perusahaan.

Penelitian ini membuktikan bahwa faktor kepuasan pelanggan selalu mempengaruhi loyalitas pelanggan. Berdasarkan efek totalnya, faktor kepercayaan paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan TK. Faktor ekspektasi pelanggan paling mempengaruhi loyalitas pelanggan BL. Faktor kepuasan pelanggan paling mempengaruhi loyalitas pelanggan EV.

The escalation of e commerce competition nowadays force platform providers seek and find ways to maintain relationships with their customers. The research discusses the factors that affect customer loyalty in e commerce. The object of this study is three providers of C2C e marketplace in Indonesia. In this study SEM Structural Equation Modeling was used by involving 350 respondents for each company and expert opinion to determine the indicators.

This study proves that the customer satisfaction factor always affects customer loyalty. Based on the total effect, trust affect customer loyalty significantly in TK. Meanwhile, customer expectation affect customer loyalty significantly in BL. Customer satisfaction proved to be factors that significanttly effect customer loyalty in EV.