

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam melakukan belanja online pada situs e-commerce B2C dan C2C: studi kasus: Mataharimall dan Tokopedia = Analysis of factors affecting customer satisfaction in online shopping at B2C and C2C e-commerce website: case study: Mataharimall and Tokopedia

Ari Pujari Immanuel, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20445082&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mencoba menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam berbelanja pada sebuah situs e-commerce B2C dan C2C. Faktor-faktor tersebut diwakili dengan kualitas informasi, desain situs, atribut barang, kapabilitas situs dalam melakukan transaksi, kecepatan respon situs e-commerce, keamanan dan privasi, sistem pembayaran, pengiriman barang, dan layanan pelanggan. Untuk lebih mempertajam penelitian maka peneliti menggunakan situs e-commerce MatahariMall yang mewakili situs e-commerce B2C dan situs e-commerce Tokopedia yang mewakili situs e-commerce C2C. Penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda untuk melihat hubungan yang ada antara variabel independen dan dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang positif antara desain situs e-commerce, atribut barang yang dijual, kecepatan respon, keamanan dan privasi, pengiriman barang dan layanan pelanggan pada kepuasan pelanggan di pada situs MatahariMall. Sedangkan pada Tokopedia terdapat pengaruh yang positif antara desain situs, atribut barang yang dijual, keamanan dan privasi, sistem pembayaran, pengiriman barang, dan layanan pelanggan.

This research tries to analyze the factors that could affect customer satisfaction in online shopping at B2C and C2C E Commerce Website. These factors are represented by the quality of information, website design, merchandise attributes, transaction capabilities, the speed of the website, security and privacy, payment systems, delivery, and customer service. To further the study, MatahariMall was chosen to represent B2C E Commerce and Tokopedia to represent C2C E Commerce. This study used regression techniques to look at the relationship that exists between independent and dependent variables. The results show that there are positive relationships between the website design, merchandise attributes, the speed of the website, security and privacy, delivery, and customer service to customer satisfaction on MatahariMall. While on Tokopedia there are positive relationships between the website design, merchandise attributes, security and privacy, payment systems, delivery, and customer service.