

Analisis Pengaruh Online Shopping Attributes Terhadap E-customer Satisfaction dan E-customer Loyalty: Efek Moderasi dari E-commerce Experience (Pada Pelanggan Lazada Di DKI Jakarta) = Analysis of the Influence of Online Shopping Attributes on E-customer Satisfaction and E-customer Loyalty: Moderation Effects of E-commerce Experience (On Lazada Customers in DKI Jakarta)

Ferick Omar Chehab, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920519350&lokasi=lokal>

Abstrak

Dunia dan Indonesia sudah dilanda pandemi COVID-19 sejak bulan Maret 2020. Dahsyatnya dampak yang diberikan oleh pandemi sendiri akhirnya memberikan dampak terhadap beragam sektor di dunia dan juga di Indonesia, Salah satunya adalah sektor e-commerce. Pada akhirnya, industri e-commerce salah satunya adalah Lazada yang melakukan beragam inovasi untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh online shopping attributes, terhadap e-customer satisfaction dan e-customer loyalty dengan e-commerce experience sebagai variabel moderasi pelanggan Lazada di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei berdasarkan purposive sampling terhadap populasi. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 122 orang yang peneliti dapatkan menggunakan questionnaire. Data yang didapatkan kemudian peneliti olah menggunakan SPSS melalui analisis statistik deskriptif dan analisis regresi. Hasil dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa hubungan yang dimiliki dalam model penelitian signifikan dan saling memiliki pengaruh antara satu dengan yang lain.

.....The world and Indonesia have been hit by the COVID-19 pandemic since March 2020. The devastating impact of the pandemic itself has finally had an impact on various sectors in the world and also in Indonesia, one of them is the e-commerce sector. Ultimately, the e-commerce industry, one of them is Lazada that carries out various innovations to be able to maintain and increase customer satisfaction and loyalty. The purpose of this research is to analyze the effect of online shopping attributes on e-customer satisfaction and e-customer loyalty with moderation effects of e-commerce experience of Lazada customers in DKI Jakarta. This research uses a quantitative approach through a survey method based on purposive sampling of the population. The number of respondents in this study were 122 people who the researchers obtained using a questionnaire. The data obtained were then processed by researchers using SPSS through descriptive statistical analysis and regression analysis. The results in this study show that the relationship in the research model is significant and mutually influences one another.