

## ABSTRAK

Grace Isaily Liestyawan (02011170048)

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER TRUST*, *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA PELANGGAN SHOPEE DI SURABAYA**

(XIV+160 halaman: 17 gambar; 55 tabel; 4 lampiran)

Teknologi yang selalu berkembang dengan pesat membuka peluang bagi perusahaan untuk melakukan perkembangan dalam bisnisnya. Salah satu inovasi teknologi yang paling bermanfaat adalah dalam bidang komunikasi yaitu, internet. Dengan kemajuan internet, perusahaan dapat membuka lapangan pekerjaan baru yaitu *e-commerce*, yang merupakan layanan bisnis yang dapat menawarkan jasa dan produk secara *online*. Shopee merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *e-commerce*, Kehadiran Shopee dalam pasar memberikan banyak manfaat terhadap masyarakat, antara lain mempermudah pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, sehingga pembeli dapat melakukan pembelian barang-barang yang dibutuhkan dengan mudah.

Penelitian ini dilakukan memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan pengaruh *User Interface Quality*, *Information Quality*, *Perceived Security*, *Perceived Privacy* terhadap *Customer loyalty* melalui *Customer Satisfaction* dan *Customer Trust*. Adapaun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah menambah pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya seberapa besar pengaruh variabel-variabel tersebut sehingga dapat meningkatkan loyalitas.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal, dengan metode kuantitatif. Dan menggunakan pengolahan data SPSS versi 22. Pengumpulan data menggunakan metode *Snowball Sampling* dikarenakan penelitian berada pada masa pandemic pengumpulan data berjumlah 115 reponden. Dengan karakteristik pria dan wanita, berusia pada 18-60 tahun, sudah pernah menggunakan dan melakukan pembelian di Shopee minimal dalam kurun waktu enam bulan terakhir.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Customer Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* dengan koefisien regresi sebesar 0.473; *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* dengan koefisien regresi sebesar 0.463; *Perceived Privacy* berpengaruh signifikan dengan *Customer Trust* dengan nilai koefisien regresi 0.294; *User Interface Quality* berpengaruh signifikan dengan *Customer Trust* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.275; *Information Quality* berpengaruh signifikan dengan *Customer Trust* dengan nilai koefisien regresi 0.201; *Perceived Security* berpengaruh signifikan dengan *Customer Trust* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.194; *Perceived Privacy* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai koefisien regresi 0.278; *User Interface Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.168; *Information Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai koefisien regresi 0.257; *Perceived Security* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai koefisien regresi 0.265.

Referensi : 50 (2011-2020)

## **ABSTRACT**

Grace Isaily Liestyawan (02011170048)

### **ANALYSIS FACTORS THAT AFFECTING CUSTOMER TRUST, CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY ON SHOPEE CUSTOMERS IN SURABAYA**

(XIV+160 pages: 17 pictures; 55 tables; 4 attachments)

The rapid development of technology open an opportunities for many companies to make developments in their business. One of the most useful technological innovations is in the field of communication, It is the internet. With the internet, companies can open new jobs, namely e-commerce, which is a business service that can offer services and products online. Shopee is a company that is engaged in e-commerce, Shopee's as a market place provides many benefits to the community, including facilitating meetings between sellers and buyers to make transactions, so buyers can easily purchase the items needed.

This research aim to determine the relationship between the influence of User Interface Quality, Information Quality, Perceived Security, Perceived Privacy on Customer loyalty through Customer Satisfaction and Customer Trust. The expected benefit from this study is to increase knowledge in the field of management, especially how much influence these variables have to increase loyalty.

This research is a causal study, using the quantitative method. And by using SPSS version 22 for data processing. Data collection using the Snowball Sampling method because the study was in a pandemic period, data collection id done by distributing totaled 115 respondents. With characteristics of men and women, aged 18-60 years, have used and made a purchases at Shopee at least in the last six months.

The results showed that the Customer Trust variable had a significant effect on Customer Loyalty with a regression coefficient of 0.473; Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Loyalty with a regression coefficient of 0.463; Perceived Privacy has a significant effect on Customer Trust with a regression coefficient value of 0.294; User Interface Quality has a significant effect on Customer Trust with a regression coefficient value of 0.275; Information Quality has a significant effect on Customer Trust with a regression coefficient value of 0.201; Perceived Security has a significant effect on Customer Trust with a regression coefficient value of 0.194; Perceived Privacy has a significant effect on Customer Satisfaction with a regression coefficient of 0.278; User Interface Quality has a significant effect on Customer Satisfaction with a regression coefficient of 0.168; Information Quality has a significant effect on Customer Satisfaction with a regression coefficient of 0.257; Perceived Security has a significant effect on Customer Satisfaction with a regression coefficient of 0.265.

References : 50 (2011-2020)