

## ABSTRAK

Gabriel Giani Oentoro (02011170051)

### **ANALISIS PENGARUH *PERSONAL NEED*, *SITE ORGANIZATION*, *USER FRIENDLINESS*, *EFFICIENCY OF WEBSITE* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *E-CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA *GRAB* DI SURABAYA**

(XV+141 halaman: 22 gambar; 44 tabel; 4 lampiran)

Teknologi mengalami pertumbuhan yang pesat di Indonesia, ditambah dengan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat kian harinya kebutuhan akan transportasi pastinya akan terus meningkat. Pada 2014 *Grab* memasuki pasar Indonesia dan sebagai pendatang baru pertumbuhan *Grab* menjadi sangat pesat dan hingga mampu mengalahkan perusahaan serupa yang berasal dari Indonesia bernama GO JEK. Agar terus dapat menguasai pasar Indonesia *Grab* harus meningkatkan *e-customer loyalty* dari konsumen mereka di seluruh Indonesia.

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk memahami bagaimana pengaruh *personal need*, *site organization*, *user friendliness*, dan *efficiency of website* terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction*. Manfaat yang diharapkan muncul dalam penelitian ini adalah menambah ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya seberapa besar pengaruh *e-customer satisfaction* sehingga meningkatkan *e-customer loyalty* yang pada akhirnya dapat memicu bertambahnya jumlah transaksi terus – menerus dari konsumen aplikasi *Grab* di Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal, dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan SPSS. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 110 responden dengan karakteristik responden pria dan wanita berumur 18-60 Tahun, berdomisili di Surabaya, pernah menggunakan layanan sejenis selain *Grab*, apakah pernah menggunakan aplikasi *Grab* untuk kebutuhan minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *personal need* berpengaruh signifikan terhadap *e-customer satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.279; variabel *site organization* berpengaruh signifikan dengan koefisien regresi 0.275; variabel *user friendliness* tidak berpengaruh signifikan dengan koefisien regresi 0.112; variabel *efficiency of website* berpengaruh signifikan dengan koefisien regresi 0.286; variabel *e-customer satisfaction* berpengaruh signifikan dengan koefisien regresi 0.767.

Referensi : 88 (1986-2020)

## ABSTRACT

Gabriel Giani Oentoro (02011170051)

**ANALISIS PENGARUH *PERSONAL NEED*, *SITE ORGANIZATION*, *USER FRIENDLINESS*, *EFFICIENCY OF WEBSITE* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *E-CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA *GRAB* DI SURABAYA**

(XV+141 pages: 22 pictures; 44 tables; 4 attachments)

Technology is experiencing rapid growth in Indonesia, coupled with population growth which is increasing every day, the need for transportation will certainly continue to increase. In 2014 Grab entered the Indonesian market and as a newcomer, Grab's growth became very fast and was able to beat a similar company from Indonesia called GO JEK. In order to continue to dominate the Indonesian market, Grab must increase the loyalty of electronic customers from their consumers throughout Indonesia.

This study was created with the aim of understanding how personal needs, site organization, user friendliness and website efficiency influence electronic customer loyalty through electronic customer satisfaction. The benefits that are expected to emerge in this study are to increase knowledge in the field of management, let alone large electronic customer satisfaction, thereby increasing electronic customer loyalty, which in turn can increase the number of continuous transactions from consumers of the Grab application in Surabaya.

This research is a causal research, the research method used is quantitative methods with data processing using SPSS. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 110 respondents with male and female respondents aged 18-60 years, domiciled in Surabaya, have ever used an application service other than Grab, have you ever used the Grab application for the needs of at least the last 2 months.

The results of this study indicate that the personal needs variable has a significant effect on electronic customer satisfaction with a regression coefficient of 0.279; the organizational site variable has a significant effect with a regression coefficient of 0.275; user friendliness variable has no significant effect with regression coefficient 0.112; site efficiency variable has a significant effect with a regression coefficient of 0.286; The e-customer satisfaction variable has a significant effect with a regression coefficient of 0.767.

References : 88 (1986-2020)