

## ABSTRAK

Charles Bryan Yofri (02011170061)

### **ANALISIS PENGARUH *EASE OF USE*, *WEB SITE DESIGN AND LAYOUT*, *RESPONSIVENESS*, *CUSTOMIZATION*, DAN *ASSURANCE* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *TRUST* UNTUK MENINGKATKAN *CUSTOMER LOYALTY***

( xx + 128 + 34 + 97 )

Perkembangan pesat yang di alami oleh sector industry e – commerce di Indonesia menciptakan banyak peluang bagi berbagai pihak terutama pihak perusahaan. Hal ini di dorong oleh berkembang nya teknologi terutama teknologi informasi atau IT. Perubahan ini terlihat paling jelas di kota kota besar di mana hampir semua penduduk di kota kota tersebut menggunakan atau bertransaksi di e-commerce. JD.ID sebagai salah satu perusahaan e – commerce di Indonesia yang menyediakan beragam produk secara online dengan jaminan mutu dan keaslian tiap produk yang di jual.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh service analisis pengaruh *ease of use*, *web site design and layout*, *responsiveness*, *customization*, dan *assurance* terhadap *satisfaction* dan *trust* untuk meningkatkan *customer loyalty* . Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan penelitian tentang strategi pengembangan service quality JD.ID

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan SPSS 22.0. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 158 responden dengan karakteristik responden pria dan wanita berumur 18-65 tahun dan pernah berbelanja minimal 2 kali dalam 6 bulan pada JD.ID

Hasil menunjukan bahwa variable yang memiliki pengaruh terbesar terhadap yakni *Trust* terhadap variable *Customer Loyalty* sebesar 0,490; kemudian variable yang memiliki pengaruh terbesar ke dua variable *Satisfaction* terhadap

variable *Trust* sebesar 0,473; Variabel yang memiliki pengaruh terbesar ke tiga adalah variable *Costumization* terhadap *Satisfaction* sebesar 0,425; variable yang memilliki pengaruh terbesar ke empat adalah variable *Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* sebesar 0,405; variable yang memiliki pengaruh terbesar ke lima adalah variable *Assurance* terhadap *Satisfaction* sebesar 0,175; variable dengan pengaruh terbesar ke enam adalah variable *Ressponsivenes* terhadap *Satisfaction* sebesar 0,171; variable yang memiliki pengaruh terbesar ke tujuh adalah variable *Ease Of Use* terhadap *Trust* sebesar 0,169; variable yang berpengaruh terbesar ke delapan adalah variable *Assurance* terhadap *Trust* sebesar 0,165; variable yang berpengaruh terbesar ke Sembilan adalah variable *Ease Of Use* terhadap *Satisfaction* sebesar 0,141; variable yang berpengaruh terbesar ke sepuluh adalah variable *Costumization* terhadap *Trust* sebesar 0.092; variable dengan pengaruh terbesar ke sebelas adalah variable *Websitedesign and Layout* terhadap *Trust* sebesar 0,051; variable yang berpengaruh terbesar ke duabelas adalah variable *Websitedesign and Layout* terhadap *Satisfaction*; variable dengan pengaruh terbesar ke tiga belas adalah variable *Responsiivenes* terhadap *Trust*

Referernsi: 72 (1990 – 2019)