

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Magister Manajemen
Semester Genap 2019/2020

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PADA PEMBELANJAAN DARING KOTA BATAM

Marliana
NPM: 1844010

ABSTRAK

E-loyalitas merupakan kunci keberhasilan perusahaan. Penting bagi perusahaan daring menciptakan e-loyalitas untuk keberlangsungan hidup perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *hedonic shopping value*, *utilitarian shopping value*, *web informativeness*, *web entertainment*, *effectiveness information*, *e-satisfaction* terhadap e-loyalitas.

Penelitian menggunakan *SEM*, Penelitian menggunakan *judgement sampling* dengan jumlah sampel 401. Masyarakat Kota Batam yang pernah menggunakan salah satu aplikasi *e-commerce* lazada, tokopedia, bukalapak, blibli, shopee menjadi sampel penelitian. Sampel Penelitian diolah menggunakan aplikasi *software PLS* atau *Partial Least Square*.

Penelitian membuktikan variabel *utilitarian shopping value*, *web informativeness*, *effectiveness information*, *web entertainment*, *e-satisfaction* berpengaruh terhadap e-loyalitas. Hasil penelitian menunjukkan variabel tersebut valid. Faktor-faktor tersebut penting untuk diterapkan dalam *online shopping* karna berpengaruh terhadap *e-loyalty*.

Kata Kunci : *Shopping value*, *web informativeness*, *web entertainment*, *e-satisfaction*, *e-loyalty*.