



SEMEABB 2018

Prosiding online: <http://semeabb.ijbe-research.com>



ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI DARI *LOYALTY INTENTION* PADA PARA PENGGUNA *WEBSITE OLX.CO.ID*

Ramdhan Kurniawan

Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka

ramdhan-kurniawan@ecampus.ut.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima : 17-08-2018

Terbit : 25-10-2018

Kata Kunci:

Nilai Kegunaan

Nilai Kepercayaan

Kualitas *Website*

Rencana Loyalitas Pelanggan

DOI:

10.5281/zenodo.1469870

ABSTRAK

Latar belakang dari penelitian ini untuk menjelaskan bahwa internet merupakan cara yang penting dan efektif untuk meraih target pelanggan atau untuk memperluas pangsa pasar baru. Untuk menurunkan biaya penggantian yang dikeluarkan pelanggan dan adanya hambatan masuk bagi pesaing, persaingan di lingkungan internet menjadi penting. Pembentukan nilai bagi pelanggan penting bagi keberhasilan mempertahankan pelanggan. Rancangan di dalam penelitian melalui survei digunakan untuk meneliti model penelitian berdasarkan para pengguna *website*. Total sebanyak 80 responden dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dengan SPSS versi 17.

Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh tiga komponen dari nilai pelanggan terhadap rencana loyalitas pelanggan yang bertransaksi melalui internet. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa nilai kegunaan, nilai kepercayaan, dan kualitas *website* terhadap rencana loyalitas pelanggan. Implikasi manajerial bagi manajer *website*, internet menyediakan cara baru untuk menciptakan nilai bagi pelanggan. Pemahaman bagaimana nilai pelanggan disampaikan melalui interaksi atribut *website* dan pengunjung *website* dapat membantu penjual menciptakan rencana loyalitas pelanggan *website*. Keterbatasan penelitian dijelaskan bahwa komponen nilai yang dirasakan seperti nilai kegunaan, nilai kepercayaan, kualitas *website* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap rencana loyalitas pelanggan *website*.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.