

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENGARUH DIMENSI *WEB EXPERIENCE* PADA LOYALITAS PENGGUNA**

**(Studi Pada Pengguna Situs Belanja *online* olx.co.id)**

**Oleh  
Grihda Lorensa Hastylinia**

Pemasaran melalui *onlineshop*, dapat menggunakan beberapa media *online* yang sering digunakan, seperti *Facebook*, *Twitter*, *Website* dan media lainnya. Hasil pemasaran *online* diarahkan pada kecepatan pengiriman dan peningkatan penjualan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh tingkat kualitas, kemampuan sistem informasi, nilai estetika dan kepercayaan terhadap loyalitas pengguna situs belanja *online* olx.co.id

Desain penelitian ini adalah deskriptif (*explanatory*) dengan verifikatif (*quantitative*). Populasi adalah seluruh pelanggan situs belanja *online* olx.co.id yang ada di Kota Bandar Lampung dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang, Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian dengan metode *non probability sampling*. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian diketahui uji  $t_{hitung}$  untuk variabel Tingkat kualitas ( $X_1$ ) = 6,518 dengan tingkat signifikansi = 0,043, kemampuan sistem informasi ( $X_2$ ) = 7,343

dengan tingkat signifikansi = 0,027, nilai estetika ( $X_3$ ) = 5,275 dengan tingkat signifikansi = 0,041 dan kepercayaan ( $X_4$ ) = 15,011 dengan tingkat signifikansi = 0,000 >  $t_{\text{tabel}}$  ( $n = 100$ ) = 1,658 yang berarti bahwa ada pengaruh yang positif dari variabel independen yaitu Tingkat kualitas ( $X_1$ ), kemampuan sistem informasi ( $X_2$ ) nilai estetika ( $X_3$ ) dan kepercayaan ( $X_4$ ) secara parsial terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pengguna ( $Y$ ). Nilai  $R^2$  (koefisien determinasi) menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam sebuah model. Hasil perhitungan yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan nilai  $R^2 = 0,787$ . Hal ini berarti bahwa sebesar 78,7% variasi naik turunnya loyalitas pengguna ( $Y$ ) situs belanja *online* olx.co.id dipengaruhi oleh tingkat kualitas ( $X_1$ ), kemampuan sistem informasi ( $X_2$ ) nilai estetika ( $X_3$ ) dan kepercayaan ( $X_4$ ). Sedangkan sisanya sebesar 21,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Saran, lebih diperhatikan keseluruhan indikator-indikator dari variabel tingkat kualitas, kemampuan sistem informasi, nilai estetika dan kepercayaan, karena terbukti mempengaruhi loyalitas pengguna di situs olx.co.id. Diharapkan situs olx.co.id melakukan peningkatan jual beli *online* di situs olx.co.id yang selalu disesuaikan kemajuan teknologi informasi yang berkembang saat ini untuk mengantisipasi persaingan antar situs jual beli *online* terutama pada pengguna situs yang diharapkan dapat memberikan referensi bagi teman-teman untuk menggunakan situs olx.co.id, dimana pada indikator ini merupakan indikator yang paling rendah pencapaian skornya terutama pada sisi tingkat kualitas pada *web experince*.

Kata Kunci: *Web Experience*, Loyalitas Pengguna