

## ABSTRAK

### PENGARUH WEBSITE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI BRAND EXPERIENCE PADA PENGGUNA WEBSITE SHOPEE DI KOTA SURABAYA

Oleh :  
Siti Mega Fitria

Dosen Pembimbing:  
Dr. Sengguruh Nilowardono, SE., M.Si.

Berkembangnya internet di era modern berdampak pada perubahan *lifestyle* masyarakat Indonesia termasuk dalam hal berbelanja. Masyarakat Indonesia yang semula lebih suka berbelanja berhadapan langsung dengan penjual dan melihat barang yang mau dibeli, saat ini mulai beralih menggunakan fasilitas berbelanja online sehingga peluang penjual online semakin terbuka luas. Belanja online atau online shopping saat ini telah menjadi cara baru bagi sebagian masyarakat Indonesia dalam berbelanja. Peluang yang tinggi menyebabkan semakin menjamurnya toko online, begitu juga dengan *marketplace* dan *e-commerce*. Menjamurnya kedua model bisnis ini menyebabkan tingkat persaingan yang tinggi sehingga pemilik harus mengetahui dan memenuhi keinginan pelanggan agar timbul rasa percaya dan kemudian berkembang menjadi pelanggan yang loyal. Tantangan tersebut tentu tidaklah mudah, ibarat toko yang bersaing mendapatkan pelanggan dari orang-orang yang berkunjung, pemilik *marketplace* dan *e-commerce* harus memberikan pelayanan terbaik dengan cara menjaga kualitas situs web untuk meyakinkan pengunjung dan mendapatkan kepercayaan dan selanjutnya berkembang menjadi loyalitas pelanggan. Salah satu *marketplace* terkenal di Indonesia yaitu Shopee yang menduduki peringkat pertama untuk *Marketplace* yang banyak di kunjungi oleh konsumen dalam setiap bulannya di banding dengan *Marketplace* yang lainnya, untuk dapat terus mempertahankan loyalitas pelanggan Shopee harus mampu memberikan apa yang di inginkan oleh pelanggan dengan memberikan kualitas website yang terbaik dan mudah di gunakan bagi konsumen. Serta memberikan pengalaman merek yang baik, sehingga pelanggan dapat merasakan secara langsung ataupun tidak lansung saat pelanggan melihat iklan atau juga saat pemasar mengkomunikasikan produk melalui website tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh website quality terhadap brand experience dan customer loyalty. Jenis pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner. Menggunakan metode *non probability* dengan pendekatan *Accidental Sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berbelanja/bertransaksi melalui website Shopee di Surabaya dan yang menjadi sampel sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS (*Partial Least Square*). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa website quality memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap brand experience dan customer loyalty. Brand experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer loyalty. Website quality memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap customer loyalty melalui Brand experience.

Kata kunci : Website Quality, Brand Experience, Customer Loyalty.

## ABSTRACT

### THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH BRAND EXPERIENCE ON WEBSITE SHOPEE USERS IN THE CITY OF SURABAYA

Oleh :  
Siti Mega Fitria

Dosen Pembimbing:  
Dr. Sengguruh Nilowardono, SE., M.Si.

The development of the internet in the modern era has an impact on changing the lifestyle of the Indonesian people, including in terms of shopping. Indonesian people who initially prefer to shop face to face with sellers and see the goods they want to buy, are now starting to switch to using online shopping facilities so that the opportunities for online sellers are increasingly wide open. Online shopping has now become a new way for some Indonesians to shop. High opportunities have led to the proliferation of online stores, as well as marketplaces and e-commerce. The proliferation of these two business models causes a high level of competition so that owners must know and fulfill customer desires so that trust will arise and then develop into loyal customers. This challenge is certainly not easy, such as stores that compete to get customers from people who visit, marketplace and e-commerce owners must provide the best service by maintaining the quality of the website to convince visitors and gain trust and subsequently develop into customer loyalty. One of the most famous marketplaces in Indonesia is Shopee. Shopee is ranked first for the Marketplace which is visited by many consumers every month compared to other Marketplaces, to be able to continue to maintain customer loyalty Shopee must be able to provide what customers want by providing the best quality website and easy to use for consumers . As well as providing a good brand experience, so that customers can feel directly or indirectly when customers see advertisements or also when marketers communicate products through the website. This study aims to analyze the effect of website quality on brand experience and customer loyalty. Type of quantitative approach. Collecting data using interviews, observation and questionnaires. Using a non-probability method with an Accidental Sampling approach. The population in this study are customers who shop/transact through the Shopee website in Surabaya and the sample is 100 respondents. The method used in this research is PLS (Partial Least Square). Based on the results of the study, it can be concluded that website quality has a positive and significant effect on Brand experience and customer loyalty. Brand experience has a positive and significant effect on customer loyalty. Website quality has a positive and significant indirect effect on customer loyalty through Brand experience.

Kata kunci : Website Quality, Brand Experience, Customer Loyalty.