

ABSTRAK

Nata Kristian Gultom (00000003919)

THE ANTECEDENTS DARI ONLINE CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA SITUS BELANJA LAZADA INDONESIA

(xiii + 136 halaman : 7 gambar : 34 tabel : 3 lampiran)

Dalam persaingan bisnis *online shopping* dewasa ini, membuat pengusaha harus terus melakukan perbaikan, baik dari faktor pemasaran ataupun faktor teknis. Oleh karena itu sangat penting bagi *online shop* memahami perilaku dan selera dari konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Lazada merupakan salah satu keberhasilan *online shop* di Indonesia. Namun, dengan hadirnya beberapa kompetitor baru tentu akan mendorong Lazada memperhatikan, meningkatkan dan mengurangi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pembelian oleh konsumen. Secara spesifik tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara *Online Shopping Attitude*, *Perceived Risks*, *Consumer Innovativeness*, *Impulse Purchase*, *Perceived Convenience*, *Word-of-Mouth (WOM)*, *Information Quality*, *System Quality*, dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* yang dimediasi oleh *Customer Satisfaction* di situs Lazada Indonesia.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 320 responden sebagai jumlah populasi yang diharuskan dan diharapkan mendapat jumlah sampel 175 responden sudah pernah belanja di Lazada. Data diolah dengan menggunakan analisis validitas, reliabilitas, dan regresi berganda menggunakan SEM *SmartPLS*. Hasil penelitian ditemukan bahwa *Online Shopping Attitude*, *Consumer Innovativeness*, *Perceived risk*, *Word-of-Mouth*, dan *System quality* berpengaruh negatif terhadap *Customer Satisfaction*. Sementara itu *Perceived convenience*, *Impulse purchase*, *Information quality*, dan *Service quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*.

Referensi : 67 (1967, 2014)

Kata kunci : *Online Shopping Attitude*, *Perceived Risks*, *Consumer Innovativeness*, *Impulse Purchase*, *Perceived Convenience*, *Word-of-Mouth (WOM)*, *Information Quality*, *System Quality*, dan *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*.