

ABSTRAK

Christine Natalia (02011190035)

ANALISIS FAKTOR *PRODUCT ATTRIBUTES*, *E-VENDOR CHARACTERISTICS*, DAN *CONSUMER PERCEPTIONS* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN GOJEK DI SURABAYA

(xiv + 141 halaman: 14 gambar, 38 tabel, 5 lampiran)

Tahun 2019, Indonesia menempati posisi kelima sebagai negara dengan *startup* terbanyak. Tidak hanya kuantitas, namun kualitas *startup* di Indonesia juga tidak kalah tangguh. Pada posisi pertama, ada Gojek dengan status decacorn yang merupakan pelopor dari perusahaan *ride-hailing* di Indonesia. Didukung dengan banyaknya jumlah penduduk dan kepadatan kegiatan masyarakat, maka Gojek dapat diterima dan terus berkembang dengan berbagai fitur yang dimiliki salah satunya yaitu GoFood.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi *Product Attributes*, *E-vendor Characteristics*, *Consumer Perceptions*, *Customer Satisfaction*, dan pada akhirnya *Customer Loyalty* pada pelanggan aplikasi GoFood di Surabaya. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan khususnya mengetahui seberapa besar pengaruh dari *Product Attributes*, *E-vendor Characteristics*, *Consumer Perceptions*, dan *Customer Satisfaction* sehingga dapat meningkatkan *Customer Loyalty*.

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kausal dengan menggunakan metode kuantitatif dan diolah menggunakan teknik *snowball sampling* kepada 109 responden dengan karakteristik yaitu berjenis kelamin baik pria maupun wanita, bertempat tinggal di Surabaya, berusia 18-60 tahun, berdomisili di Surabaya, dan pernah melakukan pemesanan melalui aplikasi GoFood minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir.

Pada penelitian ini, hasil menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction* adalah *Consumer Perceptions*, dan yang berpengaruh positif namun tidak signifikan adalah *Product Attributes* dan *E-vendor Characteristics*. Sedangkan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

Kata Kunci: *Product Attributes*, *E-vendor Characteristics*, *Consumer Perceptions*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.

ABSTRACT

Christine Natalia (02011190035)

ANALISIS FAKTOR *PRODUCT ATTRIBUTES*, *E-VENDOR CHARACTERISTICS*, DAN *CONSUMER PERCEPTIONS* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN GOJEK DI SURABAYA

(xiv + 141 pages: 14 figure, 38 tables, 5 attachments)

In 2019, Indonesia took the fifth position as the country with the most startups. Not only the quantity, but also the quality of startups in Indonesia. In the first position, there is Gojek with decacorn status which is a pioneer of ride-hailing companies in Indonesia. Supported by the number of residents and community activities, Gojek can be accepted and continues to grow with various features, one of which is GoFood.

The purpose of this study is to analyze the variables that affect product attributes, e-vendor characteristics, consumer perceptions, customer satisfaction, and ultimately customer loyalty to GoFood application customers in Surabaya. The benefit of this research is to add insight, knowing how big the influence of Product Attributes, E-vendor Characteristics, Consumer Perception, and Customer Satisfaction so as to increase Customer Loyalty.

This research is a causal research using quantitative methods and processed using snowball sampling technique to 109 respondents with the characteristics of being both male and female, residing in Surabaya, aged 18-60 years, domiciled in Surabaya, and have made an order through GoFood application at least 2 times in the last 6 months.

In this study, the results show that the variables that have a significant positive effect on Customer Satisfaction are Consumer Perceptions, and those that have a positive but not significant effect are Product Attributes and E-vendor Characteristics. Meanwhile, customer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty.

Keywords: *Product Attributes, E-vendor Characteristics, Consumer Perceptions, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*