

ABSTRAK

Michael Chrispian Halim (02011190014)

ANALISIS FAKTOR *PLAYFULNESS*, *SERVICE QUALITY*, *INTIMACY* DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP *LOYALTY* MELALUI *SATISFACTION* DAN *TRUST* PADA PELANGGAN TOKOPEDIA DI SURABAYA.

(xiv + 225 halaman: 19 gambar, 44 tabel, 5 lampiran)

Tokopedia adalah E-commerce atau tempat untuk berbelanja online yang berdiri pada 2009 dan berkembang sangat pesat dalam persaingan e-commerce di Indonesia. Saat ini competitor yang dimiliki Tokopedia di Indonesia sudah sangatlah banyak dan persaingan yang begitu ketat memberikan banyak persaingan persaingan.

Penelitian ini bertujuan mencari faktor yang berpengaruh terhadap *Loyalty* melalui *Trust* dan *Satisfaction* pelanggan Tokopedia di Surabaya. Penelitian ini bermanfaat untuk industri e-commerce khususnya untuk membuat seorang konsumen menjadi loyal terhadap penggunaan aplikasi belanja online atau e-commerce agar persaingan belanja online bisabertahan di Indonesia.

Penelitian ini bersifat kasual dengan metode kuantitatif menggunakan software Amos 22.0 untuk membantu proses pengolahan data primer dari 112 pelanggan Tokopedia di Surabaya yang dikumpulkan dengan teknik *Snowball Sampling*.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Loyaltias terhadap e-commerce baru dapat terjadi jika seseorang dapat dipengaruhi dengan urutan *Playfulness*, *intimacy*, *Switching Barriers*, dan *Service Quality*. Persepsi konsumen terhadap aplikasi e-commerce bahwa aplikasi yang digunakan tidak memuaskan dan menghambat seseorang untuk memiliki kesetiaan terhadap aplikasi e-commerce, namun Tokopedia berhasil mengatasi hambatan ini sehingga menjadi kekuatan utama Tokopedia dalam membangun kesetiaan. Selanjutnya, *Trust* memberikan dampak paling signifikan, sehingga Tokopedia disarankan untuk menjaga tingkat kepercayaan konsumen secukupnya.

Kata Kunci: *Playfulness*, *Service Quality*, *Intimacy*, *Satisfaction*, *Trust*, *Switching Barriers*, dan *Loyalty*

ABSTRACT

Michael Chrispian Halim (02011190014)

FACTOR ANALYSIS OF PLAYFULNESS, SERVICE QUALITY, INTIMACY AND SWITCHING BARRIERS TO LOYALTY THROUGH SATISFACTION AND TRUST TO TOKOPEDIA CUSTOMERS IN SURABAYA.

(xiv + 225 pages: 19 images, 44 tables, 5 appendices)

Tokopedia is an E-commerce or online shopping place that was founded in 2009 and is growing very rapidly in the e-commerce competition in Indonesia. Currently, there are many competitors owned by Tokopedia in Indonesia and the competition is so tight that it gives a lot of competition.

This study aims to find factors that influence Loyalty through Trust and Satisfaction of Tokopedia customers in Surabaya. This research is useful for the e-commerce industry, especially to make a consumer loyal to the use of online shopping or e-commerce applications so that online shopping competition can survive in Indonesia.

This study is casual with a quantitative method using Amos 22.0 software to help process primary data from 112 Tokopedia customers in Surabaya which was collected using the Snowball Sampling technique.

In this study it was found that loyalty to e-commerce can only occur if someone can be influenced by the sequence of Playfulness, intimacy, Switching Barriers, and Service Quality. Consumers' perception of e-commerce applications is that the applications used are unsatisfactory and hinder someone from being loyal to e-commerce applications, but Tokopedia has managed to overcome this obstacle so that it becomes Tokopedia's main strength in building loyalty. Furthermore, Trust has the most significant impact, so Tokopedia is advised to maintain an adequate level of consumer trust.

Keywords: Playfulness, Service Quality, Intimacy, Satisfaction, Trust, Switching Barriers, and Loyalty