



Home > Vol 10, No 1 (2022) > Pranitasari

Analisis Perbandingan Tingkat Usabilitas, Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Aplikasi Online Shop Terhadap Kepuasan Belanja Online (Studi Kasus pada Tokopedia dan Shopee)

Diah Pranitasari, Recksy Reynaldi2 Reynaldi, Ginanjar Syamsuar, Dwi Windu Suryono

Abstract

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisa perbandingan Tingkat Usabilitas, Citra Perusahaan, dan Kualitas Layanan aplikasi online marketplace, dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan belanja online (studi kasus pada Tokopedia dan Shopee). Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh pengguna pada aplikasi Tokopedia dan Shopee di kelurahan Kayu Jati Rawamangun. Sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan tipe purposive sampling sehingga diperoleh sebanyak 97 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis Regresi linier berganda dan pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan dengan menggunakan SPSS 22. Melalui perhitungan koefisien determinasi dan uji hipotesis seluruh variabel independent Tokopedia berpengaruh terhadap variabel dependent nya, sedangkan Shopee, terdapat satu variabel independent yaitu variabel Citra Perusahaan yang tidak mempengaruhi variabel dependent nya. Meskipun demikian, keseluruhan penelitian mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari setiap variabel untuk mendukung pelanggan kedua Online Shop tersebut untuk memuaskan dan membuat pelanggannya bertahan menggunakan produk mereka.

Keywords : Tingkat Usabilitas, Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to find out how the comparative analysis of Usability Level, Corporate Image, and Service Quality of online marketplace applications, can affect online shopping customer satisfaction (case studies on Tokopedia and Shopee). The population in this study were all users of the Tokopedia and Shopee applications in the Kayu Jati Rawamangun village. The sample used in this study used a probability sampling technique with purposive sampling type in order to obtain as many as 97 respondents. The data collection method used in this study used a questionnaire and observation. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis and partial or simultaneous hypothesis testing using SPSS 22. Through the calculation of the coefficient of determination and hypothesis testing, all Tokopedia independent variables affect the dependent variable, while Shopee, there is one independent variable, namely the variable Company image that does not affect the dependent variable. Nevertheless, the overall research indicates that there is a significant effect of each variable to support the customers of the two Online Shops to satisfy and keep their customers using their products.

Keywords : Usability Level, Company Image, Service Quality, Customer Satisfaction.

MENU

About the Journal

Focus and scope

Publication Ethics

Author Guidelines

Editor Team

Contact

Peer Review

JOURNAL TEMPLATE



INDEX JOURNAL



RECOMMENDED TOOLS



Journals

Sort by Impact

Search journals Search...

Filter

Previous 1 Next
Page 1 of 1 | Total Records 1



MEDIA MANAJEMEN JASA

Google Scholar Website Editor URL
Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta
P-ISSN : 23560304 | E-ISSN : 25023632

S6 Accredited Garuda Indexed

0,00 Impact 8 H5-index 183 Citations 5yr 184 Citations

Previous 1 Next
Page 1 of 1 | Total Records 1