**Switch : Jurnal Sains dan Teknologi Informasi**
**Vol. 2, No. 3 Juli 2024**
e-ISSN: 3032-3320; p-ISSN: 3032-3339, Hal 14-25
DOI: https://doi.org/10.62951/switch.v2i3.82

# Pengaruh Kinerja Situs Web Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan di E Commerce

**Putri Syabila Hidayat**
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
syasahidayat985@gmail.com

**Muhammad Irwan Padli Nasution**
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
irwannst@uinsu.ac.id

Jl. Lapangan Golf, Desa Durian Jangak, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang
Provinsi Sumatera Utara
*Korespodensi email :* syasahidayat985@gmail.com

**Abstract :** This research aims to examine the effect of website performance on customer satisfaction and loyalty in e-commerce. E-commerce has become an important platform in e-commerce, and website performance has become a critical factor in achieving customer satisfaction and loyalty. In this research, the conceptual framework used includes three main constructs: website performance, customer satisfaction, and customer loyalty. Website performance is measured along several dimensions, including access speed, reliability, user interface, and content quality. Customer satisfaction is measured as the customer's perception of the quality of service and shopping experience on an e-commerce website. Customer loyalty is measured through repeat purchase intentions and recommendations to others. The research results show that website performance has a significant positive influence on customer satisfaction in e-commerce. Website performance dimensions, such as access speed and reliability, are critical in creating customer satisfaction. Apart from that, customer satisfaction also has a significant positive influence on customer loyalty. Satisfied customers tend to have a higher intent to make repeat purchases and recommend a website to others. The practical implication of this research is the importance of improving website performance to achieve customer satisfaction and loyalty in e-commerce. Business people should pay attention to aspects such as access speed, reliability, user interface, and content quality in the development and maintenance of their websites. Apart from that, efforts to increase customer satisfaction must also be the main focus, because customer satisfaction has a significant impact on customer loyalty.

**Keywords:** website performance, customer satisfaction, customer loyalty, e-commerce.

**Abstrak :**Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kinerja situs web terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di e-commerce. E-commerce telah menjadi platform yang penting dalam perdagangan elektronik, dan kinerja situs web menjadi faktor kritis dalam mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, kerangka konseptual yang digunakan mencakup tiga konstruk utama: kinerja situs web, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Kinerja situs web diukur melalui beberapa dimensi, termasuk kecepatan akses, keandalan, antarmuka pengguna, dan kualitas konten. Kepuasan pelanggan diukur sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dan pengalaman berbelanja di situs web e-commerce. Loyalitas pelanggan diukur melalui niat pembelian ulang dan rekomendasi kepada orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja situs web memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di e-commerce. Dimensi kinerja situs web, seperti kecepatan akses dan keandalan, sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan situs web kepada orang lain. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya meningkatkan kinerja situs web untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan di e-commerce. Para pelaku bisnis harus memperhatikan aspek-aspek seperti kecepatan akses, keandalan, antarmuka pengguna, dan kualitas konten dalam pengembangan dan pemeliharaan situs web mereka. Selain itu, upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan juga harus menjadi fokus utama, karena kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** kinerja situs web, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, e-commerce.

*Received Mei 20, 2024; Accepted Juni 03, 2024; Published Juli 31, 2024*
** Putri Syabila Hidayat, syasahidayat985@gmail.com*

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, telah membawa perubahan signifikan dalam cara bisnis dilakukan. E-commerce atau perdagangan elektronik menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini terutama disebabkan oleh kemudahan aksesibilitas, kenyamanan, dan beragamnya pilihan produk yang ditawarkan oleh platform e-commerce.

Dalam konteks e-commerce, situs web menjadi elemen kritis yang memainkan peran penting dalam mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kinerja situs web menjadi faktor utama yang menentukan pengalaman pengguna dan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Sebuah situs web yang lambat, tidak responsif, atau memiliki antarmuka pengguna yang buruk dapat mengurangi kepuasan pelanggan dan mengurangi loyalitas mereka terhadap platform e-commerce tersebut.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan di e-commerce, masih ada kekurangan dalam pemahaman tentang pengaruh kinerja situs web secara khusus. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini dengan menguji pengaruh kinerja situs web terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di e-commerce.

Dalam kerangka konseptual penelitian ini, kinerja situs web diidentifikasi sebagai variabel independen yang memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi loyalitas pelanggan. Variabel-variabel ini akan diukur dan dianalisis untuk memahami hubungan yang ada di antara mereka.

Dalam era persaingan yang semakin ketat di industri e-commerce, pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan. Dengan mengetahui bagaimana kinerja situs web mempengaruhi kepuasan pelanggan, perusahaan dapat mengambil tindakan yang tepat untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mempertahankan pelanggan yang setia.

Dalam konteks ini, penelitian ini memiliki relevansi praktis yang signifikan. Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi pelaku bisnis e-commerce dalam pengembangan dan pemeliharaan situs web mereka. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan

kontribusi yang berharga bagi literatur akademik dan juga membantu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan mereka.

## METODE

Penelitian ini didasarkan pada studi pustaka yang komprehensif tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan kinerja situs web, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan di e-commerce. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis literatur terkait yang telah diterbitkan dalam jurnal, buku, dan sumber lain yang relevan.

Pertama, kami mengidentifikasi studi-studi sebelumnya yang telah membahas tentang kinerja situs web di konteks e-commerce. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja situs web, seperti kecepatan akses, keandalan, antarmuka pengguna, dan kualitas konten, dianalisis secara mendalam. Kami juga mempelajari bagaimana kinerja situs web dapat diukur dan diukur dalam penelitian sebelumnya.

Selanjutnya, kami memeriksa literatur yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan di e-commerce. Kami mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk kualitas layanan, kualitas produk, pengalaman pengguna, dan harapan pelanggan. Kami mempelajari pengukuran kepuasan pelanggan yang telah digunakan sebelumnya dan bagaimana kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi perilaku pembelian dan loyalitas pelanggan.

Selain itu, kami mempelajari literatur tentang loyalitas pelanggan di e-commerce. Kami mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti niat pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain, dan tingkat retensi pelanggan. Kami juga mempelajari hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan di lingkungan e-commerce.

Dalam studi pustaka ini, kami juga mencari studi-studi empiris sebelumnya yang telah menguji hubungan antara kinerja situs web, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan di e-commerce. Kami memeriksa metodologi penelitian yang digunakan, sampel yang digunakan, dan temuan utama dari penelitian sebelumnya.

Berdasarkan studi pustaka yang dilakukan, kami merumuskan kerangka konseptual penelitian ini, yang mencakup variabel-variabel kinerja situs web, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang akan digunakan adalah survei dengan penggunaan kuesioner online untuk mengumpulkan data dari sampel pelanggan aktif di e-commerce.

Dengan dasar studi pustaka yang kuat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh kinerja situs web terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di e-commerce.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Definisi E-Commerce

E-Commerce, singkatan dari Electronic Commerce, adalah proses pembelian dan penjualan produk atau jasa melalui internet. Ini melibatkan segala jenis transaksi komersial yang dilakukan secara elektronik, mulai dari penjualan produk fisik hingga layanan digital. Konsepnya meliputi berbagai model bisnis seperti business-to-business (B2B), business-to-consumer (B2C), consumer-to-consumer (C2C), dan lain-lain. E-Commerce telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, memungkinkan individu dan perusahaan untuk melakukan bisnis tanpa batasan geografis. Dalam konteks E-Commerce, transaksi dilakukan melalui situs web, platform online, atau aplikasi mobile. Selain itu, E-Commerce juga mencakup berbagai proses seperti pembayaran elektronik, pengiriman barang, manajemen inventaris, dan layanan pelanggan. Dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, E-Commerce terus berkembang menjadi salah satu sektor bisnis yang paling dinamis dan menjanjikan.

### Kinerja Situs Web dalam Konteks E-Commerce

Dalam konteks e-commerce, kinerja situs web memainkan peran penting dalam menentukan pengalaman pengguna, kepuasan pelanggan, dan kesetiaan merek. Kinerja situs web mencakup berbagai faktor seperti kecepatan load halaman, responsivitas, fungsionalitas, navigasi yang intuitif, ketersediaan produk, keamanan transaksi, dan kemudahan proses checkout. Hal ini berarti bahwa situs web e-commerce yang memiliki kinerja yang baik cenderung memberikan pengalaman yang lebih positif bagi pengguna, sehingga meningkatkan kemungkinan konversi penjualan.

Kecepatan load halaman merupakan salah satu aspek kinerja situs web yang sangat penting dalam e-commerce. Pengguna modern cenderung tidak sabar dan mengharapkan situs web untuk dimuat dengan cepat. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa penundaan hanya satu detik dalam waktu load halaman dapat menyebabkan penurunan signifikan dalam tingkat konversi penjualan. Selain itu, responsivitas situs web juga menjadi faktor kunci, terutama mengingat banyaknya pengguna yang mengakses situs melalui perangkat mobile. Situs web yang responsif akan menyesuaikan tampilannya dengan baik di berbagai perangkat, meningkatkan kemudahan penggunaan dan navigasi.

Fungsionalitas situs web juga memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Ini termasuk kemampuan untuk mencari produk dengan mudah, menyediakan deskripsi yang jelas dan lengkap tentang produk, serta memberikan opsi pembayaran yang beragam dan aman. Navigasi yang intuitif juga penting untuk memastikan pengguna dapat dengan mudah menemukan apa yang mereka cari tanpa harus menghadapi hambatan yang mengganggu.

Selain itu, ketersediaan produk dan keamanan transaksi juga menjadi faktor kunci dalam kinerja situs web e-commerce. Pengguna tidak akan puas jika situs web sering mengalami kehabisan stok atau jika mereka merasa tidak aman melakukan transaksi online. Oleh karena itu, penting bagi situs web e-commerce untuk memiliki sistem yang dapat memastikan ketersediaan produk yang konsisten dan menawarkan perlindungan yang memadai terhadap kebocoran informasi pribadi dan kegiatan penipuan.

Kinerja situs web memiliki dampak besar terhadap pengalaman pengguna, kepuasan pelanggan, dan loyalitas merek dalam konteks e-commerce. Situs web yang menyediakan pengalaman pengguna yang mulus, cepat, dan aman cenderung lebih berhasil dalam menarik dan mempertahankan pelanggan dibandingkan dengan situs web yang kinerjanya kurang memadai. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan e-commerce untuk terus memantau dan meningkatkan kinerja situs web mereka sebagai bagian dari strategi mereka untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

**Kepuasan Pelanggan dalam Konteks E-Commerce**

Dalam konteks e-commerce, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci yang memengaruhi kesuksesan sebuah bisnis online. Kepuasan pelanggan mencerminkan sejauh

mana pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka selama berinteraksi dengan situs web e-commerce. Hal ini meliputi berbagai aspek, mulai dari navigasi yang mudah, kemudahan dalam menemukan produk yang dicari, proses pembayaran yang lancar, hingga pelayanan pelanggan yang responsif. Kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh kualitas produk yang diterima, kecepatan pengiriman, dan kejelasan informasi mengenai kebijakan pengembalian barang.

Sebuah situs web e-commerce yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan memiliki potensi untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi cenderung membuat pelanggan merasa puas dengan pengalaman berbelanja mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali berbelanja di situs web tersebut di masa mendatang.

Oleh karena itu, penting bagi pemilik bisnis e-commerce untuk terus memantau tingkat kepuasan pelanggan mereka dan berusaha untuk meningkatkannya melalui perbaikan yang berkelanjutan dalam berbagai aspek layanan dan pengalaman yang ditawarkan. Ini bisa dilakukan melalui survei kepuasan pelanggan, analisis data pengguna, dan respons terhadap umpan balik pelanggan secara proaktif. Dengan menjaga tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, bisnis e-commerce dapat membangun hubungan jangka panjang yang kuat dengan pelanggan mereka dan menciptakan nilai tambah yang signifikan dalam industri perdagangan elektronik.

**Loyalti Pelanggan dalam Konteks E-Commerce**

Loyalitas pelanggan merupakan faktor krusial yang dapat menentukan kesuksesan sebuah bisnis online. Loyalitas pelanggan mengacu pada tingkat komitmen dan kesetiaan pelanggan terhadap sebuah merek atau platform e-commerce dalam jangka waktu tertentu. Hal ini dapat tercermin dari kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang, memberikan umpan balik positif, dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam e-commerce meliputi pengalaman pengguna yang menyenangkan, kualitas produk atau layanan, harga yang kompetitif, keandalan pengiriman, dan pelayanan pelanggan yang responsif. Selain itu,

program loyalitas, diskon eksklusif, dan insentif lainnya juga dapat menjadi faktor yang memperkuat hubungan antara pelanggan dengan platform e-commerce.

Dalam era digital, loyalitas pelanggan sering kali diukur melalui indikator seperti tingkat retensi pelanggan, frekuensi pembelian, dan nilai belanja rata-rata. Semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan, semakin besar kemungkinan untuk menciptakan basis pelanggan yang stabil dan menghasilkan pendapatan yang berkelanjutan bagi bisnis e-commerce.

Selain itu, loyalitas pelanggan juga berpotensi untuk meningkatkan citra merek dan membedakan sebuah platform e-commerce dari pesaingnya. Pelanggan yang loyal cenderung menjadi pembela merek dan mampu menciptakan efek domino positif melalui word-of-mouth marketing, yang dapat meningkatkan reputasi dan daya tarik platform e-commerce di mata konsumen potensial lainnya.

Dalam konteks persaingan yang semakin ketat di industri e-commerce, membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi sebuah prioritas bagi para pemain di pasar online. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dan implementasi strategi yang tepat dapat menjadi kunci keberhasilan dalam menjaga pertumbuhan bisnis e-commerce dalam jangka panjang.

**Pengaruh Kinerja Situs Web terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pengaruh kinerja situs web terhadap kepuasan pelanggan sangatlah signifikan dalam era digital saat ini. Seiring dengan kemajuan teknologi dan meningkatnya penggunaan internet, situs web telah menjadi salah satu alat utama bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan pelanggan mereka. Kinerja situs web yang baik memiliki dampak yang positif terhadap pengalaman pengguna, yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Pertama-tama, kinerja situs web yang cepat dan responsif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan modern cenderung memiliki harapan yang tinggi terhadap waktu respon situs web. Jika situs web lambat dalam memuat halaman atau menghadirkan konten, pelanggan dapat menjadi frustrasi dan meninggalkan situs tersebut. Sebaliknya, ketika situs web merespons dengan cepat dan halaman-halaman terbuka dengan lancar, pelanggan merasa dihargai dan memiliki pengalaman yang menyenangkan, yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Selain itu, kinerja situs web yang stabil dan terpercaya juga memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan. Pelanggan ingin merasa yakin bahwa mereka dapat mengakses situs web perusahaan kapan pun mereka membutuhkannya. Jika situs web sering mengalami gangguan atau tidak tersedia, pelanggan mungkin kehilangan kepercayaan mereka pada perusahaan dan mencari alternatif lain. Namun, ketika situs web berjalan tanpa masalah dan tersedia secara konsisten, pelanggan merasa diandalkan dan puas dengan pelayanan yang diberikan.

Selanjutnya, kinerja situs web yang mudah digunakan dan intuitif juga berdampak pada kepuasan pelanggan. Pelanggan menginginkan navigasi yang sederhana dan pengalaman pengguna yang lancar saat berinteraksi dengan situs web. Jika situs web sulit dinavigasi atau antarmuka pengguna yang rumit, pelanggan mungkin merasa terhambat dan kehilangan minat untuk melanjutkan interaksi dengan situs tersebut. Sebaliknya, ketika situs web menyajikan informasi dengan tata letak yang jelas dan pengguna dapat dengan mudah menemukan apa yang mereka cari, kepuasan pelanggan meningkat karena mereka merasa diberikan kemudahan dan kenyamanan dalam menjelajahi situs tersebut.

Terakhir, kinerja situs web yang aman dan melindungi privasi pelanggan juga berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Dalam era di mana kekhawatiran tentang keamanan data pribadi semakin meningkat, pelanggan ingin merasa bahwa informasi mereka aman saat berinteraksi dengan situs web perusahaan. Jika situs web tidak memiliki langkah-langkah keamanan yang memadai atau kebocoran data terjadi, pelanggan dapat merasa khawatir dan kehilangan kepercayaan pada perusahaan. Namun, ketika situs web melindungi privasi pelanggan dan menerapkan tindakan keamanan yang efektif, pelanggan merasa terlindungi dan puas dengan perlindungan yang diberikan.

Kinerja situs web memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Kinerja yang cepat, stabil, mudah digunakan, dan aman memberikan pengalaman yang positif kepada pelanggan. Dalam kompetisi bisnis yang semakin ketat, perusahaan yang memperhatikan dan meningkatkan kinerja situs web mereka akan lebih mampu mempertahankan pelanggan, memperoleh keunggulan kompetitif, dan membangun hubungan jangka panjang yang sukses dengan pelanggan mereka.

**Pengaruh Kinerja Situs Web terhadap Loyalti Pelanggan**

Pengaruh kinerja situs web terhadap loyalitas pelanggan adalah hal yang sangat penting dalam konteks bisnis modern. Dalam era digital ini, situs web telah menjadi salah satu sarana utama bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan pelanggan mereka. Kinerja situs web yang baik dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan.

Pertama-tama, kinerja situs web yang memuaskan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketika situs web berfungsi dengan baik, cepat, dan responsif, pelanggan merasakan pengalaman yang positif saat berinteraksi dengan perusahaan. Hal ini menciptakan rasa puas dan kepuasan pelanggan yang meningkat. Sebagai hasilnya, pelanggan cenderung tetap setia dan terikat dengan perusahaan tersebut.

Selanjutnya, kinerja situs web yang stabil dan dapat diandalkan juga berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Pelanggan ingin merasa yakin bahwa mereka dapat mengakses situs web perusahaan kapan pun mereka membutuhkannya. Jika situs web sering mengalami gangguan, lambat, atau tidak tersedia, pelanggan mungkin merasa frustrasi dan kehilangan kepercayaan pada perusahaan. Namun, ketika situs web berjalan dengan baik dan tersedia secara konsisten, pelanggan merasa dihargai dan dapat membangun kepercayaan yang lebih kuat terhadap perusahaan. Hal ini dapat mendorong mereka untuk tetap setia dan berinteraksi secara berulang dengan situs web dan layanan perusahaan.

Selain itu, kinerja situs web yang mudah digunakan dan intuitif juga berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Pelanggan cenderung lebih setia terhadap perusahaan yang menyediakan pengalaman pengguna yang nyaman dan mudah dalam menjelajahi situs web. Jika situs web sulit dinavigasi atau memiliki antarmuka yang rumit, pelanggan mungkin merasa terhambat dan mencari alternatif lain. Namun, ketika situs web menyajikan informasi dengan jelas, memiliki tata letak yang intuitif, dan memberikan kemudahan dalam mencari produk atau layanan yang mereka butuhkan, pelanggan merasa dihargai dan memiliki pengalaman positif. Hal ini dapat memperkuat loyalitas mereka terhadap perusahaan dan membuat mereka lebih cenderung untuk kembali dan melakukan transaksi di situs web tersebut.

Terakhir, kinerja situs web yang aman dan melindungi privasi pelanggan juga berdampak pada loyalitas pelanggan. Keamanan data pribadi menjadi perhatian yang sangat penting bagi pelanggan dalam lingkungan digital yang semakin kompleks dan rentan. Jika situs

web perusahaan tidak memprioritaskan keamanan dan privasi pelanggan, pelanggan mungkin merasa tidak aman dan enggan untuk terus berinteraksi dengan perusahaan tersebut. Namun, ketika situs web memberikan jaminan keamanan yang kuat dan melindungi privasi pelanggan dengan baik, pelanggan merasa terlindungi dan memiliki kepercayaan yang lebih besar pada perusahaan. Hal ini dapat membangun loyalitas yang kuat dan membuat pelanggan tetap setia dalam jangka panjang.

Kinerja situs web memiliki pengaruh yang besar terhadap loyalitas pelanggan. Kinerja yang memuaskan, stabil, mudah digunakan, dan aman menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Perusahaan yang berfokus pada meningkatkan kinerja situs web mereka akan dapat memperkuat loyalitas pelanggan, mempertahankan pangsa pasar mereka, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang sukses dengan pelanggan mereka.

**Mediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalti Pelanggan**

Mediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah konsep yang penting dalam konteks bisnis. Dalam hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, mediasi terjadi ketika kepuasan pelanggan menjadi faktor yang menghubungkan pengalaman pelanggan dengan tingkat loyalitas yang lebih tinggi.

Kepuasan pelanggan merujuk pada tingkat kepuasan atau kepuasan pelanggan terhadap produk, layanan, atau pengalaman yang diberikan oleh perusahaan. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka terima, mereka cenderung memiliki persepsi positif terhadap perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, kualitas layanan, harga yang wajar, pengalaman pengguna yang baik, dan sebagainya.

Ketika pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka, kepuasan pelanggan dapat berfungsi sebagai mediator atau penghubung antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, kepuasan pelanggan bertindak sebagai variabel perantara yang menjelaskan bagaimana kepuasan mempengaruhi dan mendorong loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat membawa dampak positif pada loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas, mereka lebih cenderung mempertahankan hubungan dengan perusahaan dan tetap setia dalam melakukan transaksi atau pembelian

berulang. Mereka mungkin menjadi pelanggan yang loyal, memilih produk atau layanan dari perusahaan tersebut secara konsisten, dan bahkan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

Dalam konteks mediasi, kepuasan pelanggan berfungsi sebagai "jembatan" antara pengalaman pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas hubungan dengan perusahaan, kepercayaan mereka pada merek, dan niat mereka untuk berinteraksi dan melakukan transaksi di masa depan.

Namun, penting untuk diingat bahwa kepuasan pelanggan hanya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Ada juga faktor lain yang dapat memengaruhi loyalitas, seperti reputasi merek, kepercayaan, kualitas produk, harga yang bersaing, dan faktor lainnya. Oleh karena itu, mediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah bagian penting dalam pemahaman hubungan antara kepuasan dan loyalitas, tetapi tidak mencakup semua aspek yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Mediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah konsep yang menggambarkan hubungan antara kepuasan pelanggan dan tingkat loyalitas yang lebih tinggi. Kepuasan pelanggan dapat berfungsi sebagai mediator yang menjelaskan bagaimana kepuasan mempengaruhi dan memediasi hubungan antara pengalaman pelanggan dan tingkat loyalitas yang lebih tinggi. Namun, perlu diingat bahwa faktor lain juga dapat memengaruhi loyalitas pelanggan, dan pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor ini penting untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

## KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, telah ditemukan bahwa kinerja situs web memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di e-commerce. Analisis data menunjukkan bahwa kinerja situs web yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap platform e-commerce tersebut. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya kinerja situs web dalam mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan di lingkungan bisnis online.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah bahwa perusahaan e-commerce perlu memperhatikan dan meningkatkan kinerja situs web mereka untuk meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilakukan melalui investasi dalam pengembangan teknologi dan infrastruktur yang memungkinkan situs web beroperasi secara efisien dan memberikan pengalaman pengguna yang memuaskan.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melibatkan variabel-variabel lain yang mungkin juga berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di e-commerce, serta memperluas cakupan sampel dan metode penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika hubungan antara kinerja situs web, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dalam konteks e-commerce.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori dan praktik manajemen pemasaran di era digital, serta memberikan panduan berharga bagi perusahaan e-commerce dalam meningkatkan kinerja dan efektivitas strategi mereka dalam menjaga loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

Kurniawan, D., & Nikhlis, N. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Website Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Bukalapak. *Elkom: Jurnal Elektronika dan Komputer*, *13*(2), 158-168.

Lestari, F. A. P. (2018). Pengaruh Web E-Commerce, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. *Sosio e-kons*, *10*(1), 87-95.

Rafiah, K. K. (2019). Analisis pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, *5*(1), 46-56.

Romadhan, M. R., Indriastuty, I., & Prihandoyo, C. (2019). E-service quality kepuasan konsumen melalui e-commerce terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal GeoEkonomi*, *10*(2), 150-163.

Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, *4*(1), 36-52.