

RINGKASAN

Perkembangan dari teknologi semakin pesat menyebabkan perubahan gaya hidup yang cukup signifikan. Sebelumnya yang lebih cenderung secara offline, namun sekarang lebih cenderung secara online. Perubahan tersebut meliputi transaksi, menukar informasi, mencari barang dan jasa, dan dll. Internet termaksud yang berperan penting dalam perubahan gaya hidup tersebut, ini membuat banyak muncul perusahaan-perusahaan dengan berbasis internet. Melihat dari penggunaan internet dan seluler, pada 2016, pengguna internet di Indonesia telah mencapai sekitar 132,7 juta atau meningkat 51,8% dari tahun 2014. Diikuti potensi dari pertumbuhan startup, berdasarkan lembaga penelitian CHGR yang diunggah oleh Beritasatu.com menyatakan bahwa jumlah startup di Indonesia diproyeksikan akan tumbuh hingga 6,5 kali lipat menjadi sekitar 13.000 pada tahun 2020. Pertumbuhan yang terjadi mengindikasikan bahwa akan semakin banyak pemain marketplace di Indonesia yang berkompetisi, dan salah satu yang sudah dikenal adalah Tokopedia. Tokopedia menduduki peringkat ke-28 di dunia dan peringkat 1 di Indonesia menurut *startupranking.com* (2017), skor tersebut mencerminkan pentingnya sebuah startup di internet dan pengaruh sosialnya. Kesuksesan Tokopedia sebagai market leader membawa Tokopedia untuk menghadapi tantangan baru yaitu untuk mempertahankan posisinya sebagai market leader. Maka dari itu, Tokopedia perlu mengkaji lebih jauh faktor apa saja yang bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dan berhasil mengajak pelanggan untuk revisit Tokopedia. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji faktor-faktor penting yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap website Tokopedia. Model penelitian dalam penelitian ini meneliti pengaruh dari variabel layout design, website characteristic, pada customer satisfaction, dan revisit intention. Metodologi penelitian yang digunakan untuk studi ini bersifat kuantitatif secara eksklusif menggunakan pendekatan penelitian survei. Teknik convenience sampling berasal dari teknik non probability sampling yang digunakan untuk pemilihan sampel. Sample penelitian ini berjumlah 120, berasal dari konsumen di Purwokerto yang sudah pernah mengunjungi website Tokopedia minimal satu kali. Perangkat lunak statistik SPSS, AMOS digunakan untuk menganalisis data. Penelitian ini memiliki implikasi bagi manajer; karena mereka dapat merumuskan strategi pemasaran berdasarkan temuan penelitian. Karena keterbatasan peneliti, studi ini tidak bisa mencakup keseluruhan wilayah Indonesia.

Kata Kunci : Desain Tata Letak, Karakteristik Situs Web, Kepuasan Pelanggan, Niat Kembali, Marketplace

SUMMARY

The rapid development of technology led to significant lifestyle changes. Previously more likely to be offline, but now more likely to be online. These changes include transactions, exchanging information, searching for goods and services, and so on. Internet that plays an important role in these lifestyle changes, this makes many emerging companies with Internet-based. Looking at internet and mobile usage, by 2016, internet users in Indonesia have reached about 132.7 million or increased 51.8% from 2014. Followed by potential startup growth, according to research institute CHGR uploaded by Beritasatu.com stated that the amount startup in Indonesia is projected to grow to 6.5 fold to around 13,000 by 2020. The growth indicates that more and more marketplace players in Indonesia are competing, and one that is already known is Tokopedia. Tokopedia ranked 28th in the world and ranked 1st in Indonesia according to startupranking.com (2017), the score reflects the importance of a startup on the internet and its social impact. Tokopedia's success as a market leader brings Tokopedia to face new challenges that is to maintain its position as a market leader. Therefore, Tokopedia need to further examine what factors can increase customer satisfaction and successfully invite customers to Tokopedia revisit. This research was conducted to examine the important factors that can increase customer satisfaction on Tokopedia website. The research model in this research examines the influence of variable layout design, website characteristic, customer satisfaction, and revisit intention. The research methodology used for this study is quantitatively exclusive using a survey research approach. Convenience sampling technique comes from non probability sampling technique used for sample selection. The sample of this study amounted to 120, originated from consumers in Purwokerto who had visited the Tokopedia website at least once. SPSS statistical software, AMOS is used to analyze data. This study has implications for managers; because they can formulate marketing strategies based on research findings. Due to the researcher's limitations, this study can not cover the whole of Indonesia.

Key word : Layout Design, Website Characteristis, Customer satisfaction, Revisit Intention, Marketplace