

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan aplikasi online terhadap citra perusahaan Tokopedia. Pada aplikasi yang disediakan Tokopedia memungkinkan siapa saja baik perorangan maupun pemilik bisnis untuk membangun dan mengoperasikan toko online dengan cepat, nyaman dan menyenangkan. Kualitas layanan elektronik harus diperhitungkan untuk kepuasan pelanggan yang mengarah pada citra perusahaan yang positif di mata pelanggan. Metode yang dipergunakan yakni kuantitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengetahui bagaimana variabel kualitas layanan aplikasi online dan citra perusahaan Tokopedia. Metode analisis kausal untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan aplikasi online terhadap citra perusahaan Tokopedia. Data dikumpulkan dengan teknik kuesioner dan skala likert untuk untuk mengukur variable yang diteliti, menggunakan SPSS versi 26 dalam mengolah dan menganalisis data penelitian. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan toko online Tokopedia mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap citra perusahaan karena dari hasil uji hipotesis t nilai signifikansinya $0,000 < 0,025$ dan pengaruhnya sebesar 0,914. Citra perusahaan dipengaruhi sebesar 83.5% oleh kualitas pelayanan toko online Tokopedia, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antar sistem yang disediakan oleh aplikasi online Tokopedia mampu mengendalikan dan mendapatkan keseimbangan terhadap pengalaman berbelanja pelanggan yang membentuk persepsi atau opini dibenak konsumen mengenai citra perusahaan Tokopedia.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Aplikasi, Citra Perusahaan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of online application service quality on Tokopedia's corporate image. The application provided by Tokopedia allows anyone, both individuals and business owners, to build and operate an online store quickly, comfortably and comfortably. The quality of electronic services must be taken into account for customer satisfaction which leads to a positive corporate image in the eyes of customers. The method used is quantitative with a descriptive approach to find out how the variables of online application service quality and Tokopedia's corporate image are. Causal analysis method to determine the effect of online application service quality on Tokopedia's corporate image. Data were collected using a questionnaire technique and a Likert scale to measure the variables studied, using SPSS version 26 in processing and analyzing research data. The results showed that the Tokopedia online store service quality variable had a significant and positive influence on the company's image because from the results of the t hypothesis test, the significance value was $0.000 < 0.025$ and the effect was 0.914. The company's image is influenced by 83.5% by the service quality of the Tokopedia online store, while the rest is influenced by other factors not examined. This shows that there is a relationship between the systems provided by the Tokopedia online application, which is able to control and get in balance with the customer's shopping experience which forms perceptions or opinions in the minds of consumers regarding the image of Tokopedia's company.

Keywords : Service Quality, Applications, Company Image.