

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *E-Servicescape* dan *Website Quality* terhadap *Stickiness*, *Loyalty*, dan *Word of Mouth* pada para pengguna situs *e-retail* Lazada.co.id di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling*, dimana sampel berupa responden yang pernah berbelanja online minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir dan berpendidikan minimal S1. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 170 orang yang terdiri dari 102 responden laki-laki dan 68 responden perempuan. Dalam penelitian ini data dianalisis menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan software AMOS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-servicescape* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Stickiness*. *Website Quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Loyalty*. *Stickiness* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Loyalty*. *Stickiness* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Word of Mouth*. *Loyalty* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Word of Mouth* pada para pengguna situs *e-retail* Lazada.co.id di Surabaya.

Kata kunci: *Loyalty*, *Website Quality*, *E-retailing*, *E-servicescapes*, *Stickiness*.

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of E-servicescape and Website Quality to Stickiness, Loyalty, and Word of Mouth on the users of e-retail Lazada.co.id in Surabaya.

This study used purposive sampling technique, in which the respondents were chosen based on online purchase behaviour in the past one year and at least hold bachelor degree or equivalent. This research is a causal research and implemented a quantitative approach. Source of data was primary data which was collected by distributing questionnaires. Respondents in this research were 170 people which consists of 102 male respondents and 68 female respondents. In this study, data was analyzed using SEM (Structural Equation Modeling) with IBM AMOS 22 as a statistical software.

The results of this study showed that E-servicescape had positive significant influence on Stickiness. Website Quality had positive significant influence on Loyalty. Stickiness had positive significant influence on Loyalty. Stickiness had positive significant influence on Word of Mouth. Whereas Loyalty did not have a significant influence on Word of Mouth on the users of e-retail Lazada.co.id in Surabaya.

Keywords: Loyalty, Website Quality, E-retailing, E-servicescapes, Stickiness.