

ABSTRAK

Persaingan para pelaku *e-commerce* Indonesia semakin ketat. Para pelaku *e-commerce* memiliki tujuan untuk menjadi sebuah *website* atau aplikasi berbelanja *online* yang terpercaya, memiliki paling banyak transaksi, dan tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi (Lin dan Sun, 2009). Sama halnya dengan apa yang ingin dicapai oleh Shopee, sebuah *marketplace online* berbasis web dan aplikasi. Shopee terus berkembang semenjak diluncurkan pada tahun 2015. Berdasarkan dari riset yang dibuat oleh Tek Ide pada tahun 2018, Shopee menjadi aplikasi marketplace online nomor 1 di Indonesia pada kuartal 4 tahun 2018. Tetapi kunjungan website Shopee masih menduduki posisi nomor 3 setelah Tokopedia dan Bukalapak. Perlu ditingkatkan lagi jumlah transaksi dan kunjungan di *website* Shopee salah satunya dengan meneliti tingkat kepuasan dan *perceived value* dari konsumen terhadap *e-servicescape website* Shopee untuk meningkatkan loyalitas yang dapat berdampak pada meningkatnya jumlah kunjungan.

Penelitian akan dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang berasal dari pembelanja di situs web Shopee sebagai sumber data. Dengan penelitian ini diharapkan *marketplace*, khususnya Shopee dapat meningkatkan kualitas *e-servicescape* sehingga mendapatkan tingkat loyalitas yang lebih tinggi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *e-servicescape* berpengaruh pada *perceived value* dan kepuasan yang mendorong terbentuknya loyalitas. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Shopee perlu memperbaiki aspek *layout & functionality*.

Kata Kunci: *e-servicescape, perceived value, satisfaction, loyalty, online marketplace*

ABSTRAC

Competition for Indonesian e-commerce is getting tougher. E-commerce wants to be a website or online shopping application that is trusted, has the most transactions, and a high level of customer loyalty (Lin and Sun, 2009). And that is Also Shopee goals, a web-based online marketplace and application. Shopee has continued to grow since it was launched in 2015. Based on research conducted by Tek Id in 2018, Shopee became the number 1 online marketplace application in Indonesia in the 4th quarter of 2018. But Shopee's website visit number still as the third after Tokopedia and Bukalapak. It is necessary to increase the number of transactions and visits on the Shopee website, one of them is by examining the level of satisfaction and perceived value of consumers to Shopee's e-servicescape website to increase loyalty which can have an impact on increasing the number of visits.

The research will be conducted with a quantitative approach with primary data derived from Shopee website users as a data source. With this research, it is expected that the marketplace, specifically Shopee can improve the quality of e-servicescape so as to get a higher level of loyalty. The results of the study indicate that e-service serves the perceived value and satisfaction that drives the formation of loyalty. This research also shows that Shopee needs to improve aspects of layout & functionality.

Keywords: *e-servicescape, perceived value, satisfaction, loyalty, online marketplace*