

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia semakin meningkat. Selain itu, sektor *e-commerce* di Indonesia pun terus mengalami pertumbuhan. JD.ID berada di urutan ke-6 dalam peta *e-commerce* Indonesia tahun 2018 pada kuartal III, dimana JD.ID merupakan anak perusahaan dari JD.com yang merupakan perusahaan ritel *online* terbesar di Asia. JD.ID menjadi pelopor dalam menghadirkan pusat pengalaman berbelanja berbasis teknologi AI (*Artificial Intelligence*) pertama di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas *website* pada situs JD.ID yang mencakup kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan elektronik terhadap nilai yang dirasakan dari hubungan konsumen yang akan berpengaruh terhadap loyalitas *online*.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* yang berisi 44 item pernyataan kepada 387 reponden yang merupakan pengguna JD.ID di Indonesia. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan teknik analisis data menggunakan analisis PLS (Partial Least Structural).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi dan kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap nilai yang dirasakan dari hubungan konsumen. Namun, kualitas sistem memiliki hasil tidak berpengaruh positif terhadap nilai yang dirasakan dari hubungan konsumen. Selain itu, nilai yang dirasakan dari hubungan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas *online*.

Kualitas informasi dan kualitas layanan elektronik dalam *website* belanja harus ditingkatkan untuk meningkatkan nilai yang dirasakan dari hubungan konsumen, karena kualitas informasi dan kualitas layanan elektronik mendapatkan hasil yang berpengaruh positif. Kualitas sistem pun harus ditingkatkan, untuk meminimalisir kekecewaan pengguna terhadap kinerja sistem situs *web* belanja.

Kata kunci: kualitas informasi, kualitas layanan elektronik, kualitas sistem, kualitas *website*, loyalitas *online*, nilai yang dirasakan dari hubungan konsumen