

**ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN MENGGUNAKAN LAYANAN  
BERBASIS TI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus Pada Online Shop Beetesshop Pada Akun Instagram)**

**SILVIA FITRI**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,  
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 211201002012@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Teknologi informasi yang paling banyak diminati pada era globalisasi seperti sekarang adalah teknologi internet. Jaringan internet dan komputer mampu menyajikan informasi yang ada pada belahan dunia secara lengkap dan aktual.

Metode penelitian menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 119 konsumen Beetesshop. Setelah hasil didapatkan melalui uji reliabilitas dan validitas, lalu dianalisis menggunakan Regresi dengan variabel Intervening dengan program SPSS 16.0 for Windows yang didalamnya dilakukan uji asumsi klasik, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, uji sobel, analisis path, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

Hasil analisis Path dan sobel diperoleh bahwa variabel yang paling memediasi adalah variabel comfort in using IT. Variabel self control in using IT berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini mengidentifikasi bahwa pengalaman menggunakan layanan berbasis TI kapanpun dan dimanapun sudah menjadi rutinitas bagi konsumen dalam berinteraksi sehari-hari. Selanjutnya variabel comfort in using IT berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini mengidentifikasi bahwa kenyamanan dalam menggunakan internet, hal yang mutlak bagi konsumen, karena ketika konsumen menggunakan teknologi internet konsumen merasakan lebih percaya diri, merasa nyaman, mempermudah dan mempercepat proses transaksi konsumen Beetesshop. Sedangkan variabel personal interaction tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini mengidentifikasi bahwa konsumen beranggapan interaksi personal masih diperlukan karena ketika melakukan transaksi pembelian secara langsung, konsumen dapat melihat secara langsung kondisi barang yang diinginkan. Dan variabel kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, hal ini mengidentifikasi bahwa konsumen mempunyai kesan dan pengalaman baik setelah melakukan pembelian di Beetesshop, konsumen merasa harapannya terpenuhi saat melakukan pembelian dan menggunakan produk Beetesshop, dan konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan Beetesshop, sehingga konsumen beetesshop merasa loyal kepada Beetesshop.

Kata Kunci : Kata kunci : Loyalitas, self control in using IT, comfort in IT, Personal Interaction, kepuasan konsumen

**ANALYSIS OF EXPERIENCE USING IT SERVICES BASED ON  
CUSTOMER SATISFACTION WITH CONSUMER LOYALTY as an  
intervening variable  
(Case Study In Online Shop Beetesshop On Instagram account)**

**SILVIA FITRI**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,  
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 211201002012@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

Information technology is the most widely sought after in the era of globalization as it is now is the technology of the internet. Internet and computer network capable of presenting information in parts of the world in full and actual.

Research methods using a questionnaire which was distributed to 119 consumer Beetesshop. After the results obtained through the test reliability and validity, and then analyzed using Regression with variable Intervening with SPSS 16.0 for Windows program which performed classic assumption test, multikoleniaritas test, test heteroskedastisitas, test of normality, sobel, an analysis of the path, t test, f test and coefficient of determination (R<sup>2</sup>).

Path analysis and results obtained that sobel variables that mediate the most comfort is variable in using IT. The variable self control in using IT affect the consumer satisfaction, it identifies that the experience of using IT-based services whenever and wherever it is becoming routine for consumers interact on a daily basis. The next variable comfort in using IT to consumer satisfaction, this identifies that comfort in using the internet, the absolute thing for consumers, because when consumers use internet technology merasakaan consumers more confident, feel the inconvenience, simplify and speed up the process of transactions consumers Beetesshop. While personal interaction variables does not affect the consumer's satisfaction, it is assumed that consumers identify the personal interaction is still required because when making a purchase transaction directly, consumers can see directly the desired goods. Consumer satisfaction and variable effect on consumer loyalty, it identifies that the consumer has a good experience and impression after making a purchase at Beetesshop, consumers feel the hope is met when making a purchase and use the product Beetesshop, and consumers are satisfied with respect to the service provided Beetesshop, beetesshop so consumers feel loyal to the Beetesshop.

**Keyword** : Keywords: Loyalty, self control in using IT, comfort in IT, Personal Interaction, consumer satisfaction