

ABSTRAK

E-commerce kini berkembang pesat diiringi perkembangan pemasaran digital yang menyebabkan adanya perubahan perjalanan pembeli yang perlu diperhatikan *marketer* dan perusahaan dalam strategi pemasaran. Pasalnya pada data *top player e-commerce 2021 Q1* adanya perubahan *e-commerce* terbaik di Indonesia dilihat dari jumlah kunjungan situs web, namun terdapat perbedaan yang cukup tinggi antara jumlah pengikut media sosial seperti Twitter, Instagram, dan Facebook serta peringkat Play Store dan App Store dengan jumlah kunjungan situs web tersebut. Peneliti menganalisis pengaruh antara variabel peringkat Play store, Apps store dan pengikut Twitter, Instagram, serta Facebook terhadap kunjungan situs web berpengaruh signifikan atau tidak, dan faktor yang akan terbentuk jika melakukan reduksi pada variabel yang terlibat, serta pengaruh signifikan jika menggunakan hasil data EFA.

Metode penelitian yang dipakai ialah regresi linear berganda dan EFA menggunakan R Studio dari data yang diperoleh dari situs web Iprice dari tahun 2017 hingga 2021. Hasil yang ditemukan dipenelitian kali ini yaitu bahwa secara simultan *Playstore rank*, *Appstore rank*, Twitter, Instagram, dan Facebook berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan situs web. Secara parsial *Playstore Rank* dan *Appstore Rank* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kunjungan situs web dilihat dari probabilitas lebih besar dari 5%, kemudian Twitter dan Instagram memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan situs web dilihat dari probabilitas lebih kecil dari 5%, namun pada Facebook tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan situs web dilihat dari probabilitas lebih besar dari 5%.

Sebagai perbandingan, hasil dari reduksi menggunakan EFA dari variabel sebelumnya menunjukkan adanya dua faktor yang terbentuk dan dinyatakan sudah cukup dengan chi square 0,45 pada derajat kebebasan 1 dan dengan p-value 0,502. Faktor pertama dinamakan *Mobile Application (MobileApps)* dan faktor kedua dinamakan *Social Media (SocMed)*. Hasil data EFA kemudian dilakukan uji regresi kembali, kemudian ditemukan hasil secara simultan bahwa *MobileApps* dan *SocMed* memiliki pengaruh signifikan terhadap kunjungan situs web, dan secara parsial *MobileApps* berpengaruh signifikan terhadap kunjungan situs web juga *SocMed* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan situs web.

Analisis ini memberikan informasi dan pembuktian yang nantinya dapat digunakan oleh perusahaan khususnya bagian pemasaran dalam menarik pelanggan menuju situs website atau toko online mereka dengan melihat dari pengaruh pengikut media sosial dan peringkat *mobile app* yang merupakan variabel dalam analisis *top player e-commerce* yang dipakai Iprice. Originalitas pada penelitian ini ialah dari perbedaan bahwa penelitian sebelumnya biasa menggunakan metode kuantitatif dengan data primer dan kuesioner yang menggunakan skala *likert*. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan multiskala.

Kata Kunci : Media Sosial, *Mobile App*, Kunjungan Situs Web, *e-Commerce*.