

ABSTRAK

Jumlah pemain permainan video di seluruh dunia, terutama di Indonesia, telah menjadi fokus utama. Data dari databoks menunjukkan bahwa melalui Steam dan platform lainnya, Indonesia memiliki persentase pemain tertinggi keempat di seluruh dunia. Disisi lain keberadaan pesaing dalam menjalankan bisnis yang sama dapat membuat Steam harus implementasi strategi bisnis mereka untuk mempertahankan pelanggan mereka.

Maka dari itu dalam konteks ini, tujuan dari studi ini adalah untuk menyelidiki efektivitas strategi bisnis sebuah perusahaan e-commerce dengan melihat beberapa faktor yang terkait dengan kasus Steam. Fokus utamanya adalah menganalisis bagaimana strategi tersebut memengaruhi loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Metode yang digunakan dalam studi ini menggunakan kuesioner yang melibatkan 180 responden yang disebar melalui media sosial dan Google Form. Dengan menggunakan metode analisis kuantitatif dan aplikasi SPSS 23, data yang tersedia akan dianalisis.

Hasil studi menunjukkan bahwa sejumlah faktor, termasuk antarmuka pengguna, kualitas informasi, dan perceived privacy, tidak memiliki hubungan dampak signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Di sisi lain, perceived security risk dan kesadaran akan perusahaan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Selain itu, kepercayaan pelanggan juga memiliki hubungan positif pada loyalitas pelanggan.

Sebagai hasilnya, studi ini memberikan wawasan tentang variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam lingkungan e-commerce dengan menggunakan studi tentang Steam. Platform e-commerce dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman pengguna, membangun kepercayaan, dan mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang berkat interaksi kompleks antara antarmuka pengguna, kualitas informasi, kesadaran akan perusahaan, perceived privacy, perceived security risk, dan faktor-faktor lainnya.

Kata Kunci: *Antarmuka Pengguna, Loyalitas Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Kesadaran Perusahaan, Kualitas Informasi, Perceived Privacy, Perceived Security Risk, Steam.*