

ANALISIS PENGGUNAAN FITUR *CHAT* PADA SITUS *E-COMMERCE* DALAM MEMBANGUN REPUTASI PERUSAHAAN STUDI KASUS PT SANWELL AUSTINDO

ABSTRAK

Abstract: *E-Commerce is a development of technology. This study aims to analyze the usage of chat functions on e-commerce used by PT Sanwell Austindo in building the company's reputation so that we can find out the role of chat functions on e-commerce that has an impact on the company's sustainability. This research uses constructivism paradigm, case study method, qualitative approach, type of descriptive research, with data collection techniques obtained from semistructured interviews and documentation. The findings were chosen because the chat functions as a communication channel of PT Sanwell Austindo need a response speed. These characteristic uses are considered effective in communicating messages and can create a sense of trust. Consumer satisfaction takes precedence because it is the basis for the company's reputation. In it's future business strategy, PT Sanwell Austindo applies consumer trust, innovation, social responsibility, internal company guidance, and completes product descriptions online market to be more informative.*

Keywords: *e-commerce, chat, reputation, sanwell austindo*

Abstrak: *E-Commerce merupakan salah satu perkembangan dari teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan fitur chat pada e-commerce yang digunakan PT Sanwell Austindo dalam membangun reputasi perusahaan sehingga kita dapat mengetahui peran fitur chat pada e-commerce yang berdampak bagi keberlangsungan perusahaan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, metode studi kasus, pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dengan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari wawancara semistruktur dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan fitur chat sebagai saluran komunikasi PT Sanwell Austindo dipilih karena adanya kebutuhan kecepatan respons dalam berkomunikasi dengan konsumen. Penggunaan fitur ini dinilai efektif dalam menyampaikan pesan dan dapat menimbulkan rasa kepercayaan. Kepuasan konsumen diutamakan karena merupakan dasar bagi reputasi perusahaan. Dalam strategi bisnisnya di masa yang akan datang, PT Sanwell Austindo menerapkan kepercayaan konsumen, inovasi, tanggungjawab sosial, bimbingan di internal perusahaan, dan melengkapi deskripsi produk pada pasar online agar lebih informatif.*

Kata kunci: *e-commerce, obrolan, reputasi, sanwell austindo*