

ABSTRAK

Pertumbuhan *e-Commerce* yang terus meningkat di Indonesia membuat Shopee ikut meramaikan industri ini. Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat Indonesia dalam berbelanja *online* adalah kepercayaan, harga, kenyamanan, dan ketersediaan barang. Tujuan dari penelitian ini ialah (1) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas layanan belanja *mobile* dan kepuasan belanja terhadap loyalitas secara parsial, dan (2) untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas layanan dan kepuasan belanja *mobile* terhadap loyalitas secara parsial pada aplikasi shopee. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 30 orang yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Metode penelitian yang digunakan ialah metode kuantitatif dengan analisis deskriptif menggunakan hubungan kausalitas. Hipotesis dalam penelitian ini terdapat tiga belas hipotesis yang diuji secara directional yaitu menguji variabel *efficiency*, *content*, *fulfilment*, *responsiveness*, dan *contact* terhadap *customer satisfaction*. Kemudian, menguji variabel *service quality* terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* terhadap *customer complaint*, *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* dan *customer loyalty* terhadap *efficiency*, *content*, *fulfilment*, *responsiveness* dan *contact*. Penolakan hipotesis menunjukkan hasil bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak dapat mendukung hipotesis yang diajukan.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, belanja *mobile*, loyalitas, *e-Commerce*