# ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya perdagangan berbasis *online* yang membuat perusahaan tidak hanya harus memberikan produk yang terbaik, namun juga memberikan pelayanan yang berkesan kepada para pelanggan sehingga mereka akan merasakan kepuasan dan menjadi pelanggan loyal perusahaan *commerce* tersebut. Dalam dunia *e-commerce*, keamanan dan kemudahan sistem informasi juga perlu diperhatikan sehingga dapat membantu pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian. Blibli.com merupakan perusahaan yang bergerak di bidang situs *commerce* di Indonesia sejak tahun 2011. Blibli.com menjual pelayanannya dengan tujuan memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dengan mengadopsi model kesuksesan sistem informasi yang telah dikembangkan kembali oleh Jing & Yoo (2013) dengan menggunakan seluruh variabel yang ada didalamnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan serta pengaruh kepuasan pelanggan tersebut terhadap loyalitas pelanggan situs commerce Blibli.com. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan syarat pernah berbelanja online melalui situs Blibli.com. jumlah sampel yang dikumpulkan dan telah memenuhi syarat adalah sebesar 385 responden.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif dan *path analysis* dimana data tersebut telah melewati uji normalitas data. Sebelum dilakukannya uji normalitas tersebut, seluruh hasil kuesioner dari responden telah dinyatakan valid dan reliabel. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menguji pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan melalui pengujian simultan (uji F) dan pengujian parsial (uji t). pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pun melewati pengujian simultan (uji F) dan pengujian parsial (uji t).

Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan, serta membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat hal-hal yang dapat dilakukan oleh Blibli.com sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat menimbulkan rasa loyalitas dalam diri pelanggan.



Kata kunci: kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.