ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan internet menyebabkan perubahan lingkungan bisnis, tidak terlepas dari perubahan tersebut ialah proses jual beli yang mulai bergeser ke *channel* online. Hal ini dapat dilihat dengan banyak bermunculannya perusahaan *e-commerce*. Setiap perusahaan perlu memperhatikan loyalitas pelanggannya, karena loyalitas pelanggan berdampak terhadap kesuksesan perusahaan. *E-commerce* pun tidak terlepas dari hal tersebut.

Penelitian terdahulu telah banyak menemukan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas ialah kepuasan pelanggan.OLX.co.id sebagai salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia, memiliki tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan yang rendah. OLX.co.id telah melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Namun beberapa sumber justru mengatakan bahwa upaya tersebut tidak berhasil. Karenanya penting untuk mengetahui kondisi kepuasan dan loyalitas pelanggan OLX.co.id

Adapun penelitian ini memiliki tujuan untuk meneliti seberapa baik kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan OLX.co.id. penelitian ini dilakukan karena data-data sekunder mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dan loyalitas OLX.co.id termasuk rendah. Alat ukur diadaptasi dari teori kepuasan pelanggan Tjiptono dan Chandra (2012), dan teori loyalitas pelanggan Kotler dan Keller (2009).

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif, dan analisis yang dilakukan adalah dengan analisis deskriptif, Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara acak melalui media online terhadap 385 responden yang merupakan *user* OLX.co.id.

Hasil dari penelitian ini adalah tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan OLX.co.id termasuk pada kriteria kurang baik, dan tanggapan responden terhadap loyalitas pelanggan termasuk pada kriteria buruk.

Kata Kunci: Analisis Deskriptif, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan