

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia yang semakin meningkat menjadikan peluang bisnis di industri *e-commerce* semakin menjanjikan. Hal ini didukung dengan data layanan yang diakses oleh pengguna internet dan juga data pemanfaatan internet di bidang ekonomi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* di Indonesia, (2) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* di Indonesia, (3) pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *ecommerce* di Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji adalah metode metode validasi model regresi linier berganda digunakan untuk memunculkan pola.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung (8,630) > t tabel (1,966); (2) kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung (13,579) > t tabel (1,966); (3) kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan. Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung (206,708) > F tabel (3,018).

Kata kunci : Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan