

ABSTRAK

Indonesia memiliki pengguna internet sebanyak 143,26 juta jiwa atau 54,68 persen dari 262 juta jiwa penduduk Indonesia per tahun 2017. Melalui internet, orang-orang dapat mengakses hal apapun mulai dari pencarian informasi, berita, hiburan, media sosial, dan salah satunya yang saat ini sedang digandrungi oleh banyak orang, yaitu *Electronic Commerce* atau biasa disebut *e-commerce*. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, perkembangan *E-commerce* pun makin pesat. Dengan adanya *E-commerce*, pembeli merasa dimudahkan karena *website e-commerce* memberikan fleksibilitas, memungkinkan pembeli untuk bebas memilih produk yang diinginkannya, dan memungkinkan transaksi dan pengiriman barang yang cepat.

Model yang digunakan dalam penelitian ini mengenai loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah ada hubungan yang signifikan dan positif antara variabel independen (*Customer Interface Quality*, *Perceived Security*, *Customer Satisfaction*, dan *Switching Costs*) terhadap loyalitas pelanggan di *e-commerce* Lazada.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, tujuan penelitian ini adalah konklusif, tipe penyelidikannya adalah kausal, berdasarkan keterlibatan peneliti adalah tidak mengintervensi data, unit analisis yang digunakan adalah individu, setting penelitian adalah *non-contrived setting*, dan waktu pelaksanaan penelitian ini adalah *cross section*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Kriteria populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang sudah pernah menggunakan dan sudah pernah bertransaksi di situs *web e-commerce* Lazada se-Indonesia dengan jumlah sampel yang mewakili sebanyak 400 responden. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara teknik multivariat, *Structural Equation Modeling* (SEM), Importance-Performance Map Analysis (IPMA), dan uji hipotesis.

Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah dari 8 hipotesis awal, hanya tersisa 6 hipotesis yang diterima karena nilainya memenuhi standar. Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian, pertanyaan penelitian telah terjawab dengan baik dan menghasilkan kesimpulan. Rekomendasi yang dihasilkan oleh penelitian ini adalah situs *web e-commerce* Lazada perlu mengembangkan *customer satisfaction* dan *interface quality*-nya karena jika keduanya bekerja dengan baik dan sejalan, maka akan menghasilkan tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi.

Kata Kunci : *Customer Interface Quality*, *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction*, *Perceived Security*, *Structural Equation Modeling*, *Switching Costs*.