

ABSTRAK

Internet menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan. Dengan adanya internet menjadikan *e-commerce* semakin marak. *E-commerce* Bukalapak merupakan salah satu *e-commerce* asal Indonesia dan menjadi *e-commerce* dengan peringkat cukup tinggi dalam industri *e-commerce* di Indonesia. Persaingan yang ketat menjadikan tiap *e-commerce* di Indonesia harus memiliki keunggulan kompetitif supaya dapat meningkatkan pengunjung situs *e-commerce* dan loyalitas dari pengguna karena loyalitas pengguna sangat diperlukan sehingga dapat terus bersaing dan bertahan di industri *e-commerce*. Namun, dalam menciptakan kepercayaan dan loyalitas pengguna dalam melakukan transaksi *online* di suatu *e-commerce*, banyak yang harus dipertimbangkan seperti keamanan atau tampilan dalam situsnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan terkait dengan variabel *perceived reputation*, *perceived size*, *user interface quality*, *information quality*, *perceived security*, *perceived privacy*, *trust*, dan *satisfaction*. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebesar 400 responden dengan menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan terdapat uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur kepastian dari sebuah kuesioner dengan hasil semua item pertanyaan valid dan reliabel.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *perceived reputation*, *perceived size*, *information quality*, *perceived security*, *perceived privacy* terhadap *trust*, *trust* terhadap *satisfaction*, *trust* terhadap *loyalty*, dan *satisfaction* terhadap *loyalty*. Sedangkan *user interface quality* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *trust*.

Kata Kunci: *e-commerce*, kepercayaan, kepuasan, loyalitas