

ABSTRAK

Perkembangan teknologi semakin membuat segala kegiatan menjadi lebih mudah, banyak bermunculan teknologi-teknologi canggih yang membuat para pelaku bisnis dapat mengembangkan strategi bisnisnya. Salah satunya yaitu dengan munculnya *platform online/e-commerce*. Loyalitas konsumen sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa yang ditawarkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan kepada pihak perusahaan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dan kepercayaan yang ditawarkan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Tokopedia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan skala likert sebagai pengukuran. Populasi yang dimiliki pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah berbelanja menggunakan aplikasi Tokopedia, dengan sampel 400 responden yang berdomisili di kota Bandung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda yang diolah dengan menggunakan SPSS 22 For Windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan loyalitas konsumen berada pada kategori baik. Kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Tokopedia, hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji f, diperoleh hasil f_{tabel} sebesar 3.018, dikarenakan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($426.757 > 3.018$) dan signifikansi ($0.000 < 0.05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Loyalitas Konsumen