

## ABSTRAK

Maraknya perkembangan dan pertumbuhan teknologi di Indonesia memunculkan berbagai jenis e-commerce baru. Berbagai kategori tersedia di e-commerce pada saat ini, seperti fashion, makanan, kebutuhan sehari-hari, elektronik dan lainnya. Fashion menjadi kategori dengan minat konsumen terbesar, namun industri fashion juga menjadi penyumbang terbesar dalam kerusakan lingkungan. Kesadaran masyarakat akan kerusakan lingkungan memunculkan tren jual beli barang preloved atau yang biasa disebut *thrifting*. Aplikasi Carousell menjadi salah satu platform jual beli barang bekas yang realitanya masih mendapatkan banyak keluhan dari pelanggan di berbagai media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Aplikasi Carousell.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik sampling menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan kategori sampling jenuh yang melibatkan 385 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas pelanggan secara keseluruhan pada kategori baik. Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen sebesar 74,47% dan sisanya 25.53% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi Carousell. Besarnya pengaruh paling tinggi yaitu Kualitas Pelayanan dan disusul oleh Kepercayaan Konsumen.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Pelanggan**