

ABSTRAK

Semakin berkembangnya teknologi dan meningkatkan jumlah pengguna internet maka angka konsumen *online* di Indonesia akan terus meningkat. Pertumbuhan yang pesat dari toko *online* telah mendorong persaingan hebat diantara penjualan *e-commerce* yang semakin dinamis dan persaingan yang kompetitif mengakibatkan perubahan pada perilaku konsumen. Shopee merupakan *e-commerce* yang selalu unggul dibandingkan marketplace lainnya yang memberikan *cashback* kepada konsumen dan sangat mudah diakses.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui serta mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan shopee di Indonesia. Variabel pada penelitian ini meliputi Kualitas Pelayanan (*X*), Kepuasan Pelanggan (*Y*), Loyalitas Pelanggan (*Z*).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tujuan deskriptif dan kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non probability dengan metode purposive sampling kepada 100 responden yang pernah melakukan pembelian di shopee minimal dua kali, dimana responden dalam penelitian ini konsumen pengguna aplikasi shopee di Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan teknik analisis SEM (*Structural equation modelling*) model *variance based matrix structural equation modeling* (VBSEM) dengan *partial least square* (PLS).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan dan Loyalitas pelanggan termasuk ke dalam kategori cukup baik. Sesuai dengan analisis kausalitas, Kualitas pelayanan pada aplikasi shopee memperoleh hasil 55.7%, hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masuk kedalam kategori cukup baik. Kepuasan pelanggan pada konsumen shopee memperoleh hasil 55.07% dan masuk kedalam kategori cukup. Loyalitas pelanggan pada konsumen shopee memperoleh hasil 51.53% masuk kedalam kategori rendah. Maka diperoleh kesimpulan, Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta memberikan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan