

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia yang cukup pesat telah memberikan dampak positif untuk perekonomian nasional salah satunya adalah tumbuhnya berbagai platform jual beli online atau e-commerce. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia cukup pesat hal ini ditandai dengan munculnya platform jual-beli online seperti tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, dan lain lain. Dengan perkembangan *e-commerce* yang pesat dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penggunaan *e-commerce* menjadi meningkat akibat dari wabah Covid-19 atau corona ini, dikarenakan peraturan pemerintah yang mengharuskan masyarakat untuk menjaga jarak dengan sesama dan juga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dengan adanya peraturan tersebut mengharuskan orang – orang untuk berdiam diri di rumah masing - masing dan menyebabkan aktivitas diluar rumah menjadi berkurang. Sehingga masyarakat banyak yang menggunakan *e-commerce* sebagai tempat berbelanja dari pada harus keluar rumah. Kepuasan pelanggan pun menjadi tolak ukur suatu perusahaan untuk menjaga loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan Terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan pada *e-commerce* Shopee. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sebanyak 100 responden penduduk Indonesia yang pernah bertransaksi di *e-commerce* Shopee. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis *structural equation modeling* (SEM). Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif secara keseluruhan dalam kategori baik.

Hasil pengujian pengaruh menggunakan model struktural menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen, promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kemudian harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, selanjutnya kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pengujian menggunakan *variable intervening* menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, tetapi kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menggambarkan bahwa turun naiknya loyalitas konsumen *e-commerce* Shopee ditentukan oleh kepuasan pelanggan, dan turun naiknya kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee ditentukan oleh beberapa faktor yang diantaranya yaitu promosi dan kualitas pelayanan.

Kata kunci: *Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Konsumen*