

Abstrak

Perkembangan e-commerce di Indonesia saat ini sangatlah cepat, hal ini dipicu dengan adanya perkembangan teknologi khususnya dalam bidang teknologi internet. Hanya melalui smartphone maupun PC kita sudah dapat melakukan interaksi dengan orang lain tanpa batas waktu dan jarak, seakan kita melakukannya secara langsung. Sehingga dengan kemudahan ini teknologi memungkinkan untuk membuka peluang bisnis. teknologi dapat menjadi mediasi penjualan untuk memasarkan suatu produk atau sebagai sarana untuk mempromosikan suatu produk secara online, misalnya melalui e-commerce atau media sosial seperti facebook, instagram, tiktok, dll.

Platform belanja online atau e-commerce sedang marak di Indonesia, berbagai macam e-commerce pun saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan terlebih lagi dalam keadaan pandemi saat ini, belanja online jelas menjadi alternatif paling banyak dipilih oleh pelanggan, namun karena banyaknya opsi atau pilihan bagi pelanggan untuk berbelanja, maka perusahaan e-commerce pun memasang berbagai strategi untuk mendapatkan hati pelanggan, dalam hal ini jelas kesetiaan pelanggan sangat diharapkan oleh perusahaan, namun bagaimana agar pelanggan dapat setia terhadap perusahaan kita ? dalam penelitian berikut membahas bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap kesetiaan pelanggan e-commerce shopee.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu non probability sampling dengan jenis purposive sampling. Jumlah sampel 114 responden. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner online menggunakan google form yang terdiri atas 75 wanita dan 39 pria dengan estimasi rentang usia 17 hingga 30 tahun. Data yang dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS versi 3.0.

Dalam penelitian ini akan membahas kemungkinan-kemungkinan yang membuat pelanggan loyal terhadap E-commerce shoppe pada saat yang sama banyak E-commerce lain yang juga tersebar di Indonesia, Penelitian ini dimaksudkan untuk menyelidiki efek potensial dari skala perpanjangan pada kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dan kemudian loyalitas. Implikasi praktis dan teoritis di sorot untuk membantu bisnis merancang strategi bisnis yang efektif berdasarkan kualitas

layanan untuk mencapai kepuasan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, dan untuk mengarahkan penelitian masa depan di bidang e-commerce.

Kata Kunci: *E-commerce, Kesetiaan pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kualitas pelayanan.*