

## ABSTRAK

Teknologi Internet terus berkembang dan semakin banyak orang yang menggunakan teknologi Internet untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Dampak dari teknologi Internet adalah munculnya peluang ekonomi baru, yaitu dengan diluncurkannya belanja dan penjualan berbasis Internet, yang disebut *e-commerce*. Pada kuartal kedua tahun 2020, JD.ID menduduki peringkat ke-6 di Indonesia dalam hal jumlah pengunjung online bulanan dibandingkan dengan *e-commerce* dalam dan luar negeri di semua kategori. Namun, peringkat JD.ID turun ke posisi 10 pada kuartal kedua tahun 2022. Penurunan pengunjung JD.ID mengindikasikan adanya permasalahan terkait loyalitas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keluhan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada situs *e-commerce* JD.ID.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan jumlah sampel sebanyak 146 responden. Jumlah sampel diperoleh dari penghitungan uji F pada 6 variabel menggunakan perangkat lunak *G-power* 3.1.9. Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yaitu data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner *google form* pada sosial media instagram, dan hasilnya dianalisis dengan menggunakan *SmartPLS* 3.1.9. Sebelum mengolah data, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS 25.0 untuk menunjukkan bahwa instrumen survei tersebut valid dan reliabel. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap 9 variabel yang digunakan pada penelitian mendapatkan hasil yang valid.

Hasil penelitian yang dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak *Smart-PLS* 3.1.9 dengan jumlah sampel yang valid sejumlah 176 responden dari total 202 responden menunjukkan bahwa *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Selain itu, *customer satisfaction* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer complaint* dan *customer loyalty*. Dalam konteks *e-commerce*, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang disediakan, semakin rendah tingkat keluhan pelanggan, dan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan terhadap platform *e-commerce* tersebut.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan objek penelitian lain, sehingga tidak hanya pada situs web JD.ID saja, namun dapat diterapkan pada situs web *e-commerce* lainnya. Sehingga hasilnya dapat dijadikan evaluasi maupun dijadikan sebagai bahan perbandingan. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan variabel pendukung lainnya seperti *Website Usability*, *Information Quality* dan *Security guarantee* untuk mengukur tingkat *service quality*.

Kata kunci: *Customer Complaints*, *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction*, *E-Commerce*, JD.ID, *Service Quality*, *SmartPLS*