

ABSTRAK

Ada korelasi tentang semakin banyak pengguna internet dan semakin berkembang e-commerce di Indonesia yaitu data lain menyebutkan bahwa Indonesia sendiri menduduki peringkat pertama untuk pengguna *e-commerce*, Sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia memakai layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan Teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden yaitu pelanggan Shopee yang pernah membeli *top brand fashion* di Shopee berdomisili di Kota Bandung. Pengukuran tingkat loyalitas pelanggan diterapkan menggunakan *Net Promoter Score* dengan membagi pelanggan menjadi *Promoter*, *Passive*, dan *Detractor* lalu memberikan kategori Kembali menjadi sangat loyal, loyal, dan tidak Loyal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat *top brand fashion* di *platform* Shopee yang diteliti memperoleh kategori Sangat loyal dan Loyal. Adapun 4 merek dengan predikat sangat loyal dengan NPS lebih dari 50 poin yaitu Erigo, Berrybenka, Eiger, Oclo dan 1 merek dengan predikat Loyal NPS mendekati 50 yaitu Zascia Mecca.

Kata Kunci: Net Promoter Score, Loyalitas Pelanggan, Shopee