

ABSTRAK

Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia telah menciptakan budaya bisnis baru yang meliputi adanya *e-commerce*. Shopee merupakan salah satu perusahaan perdagangan elektronik (e-commerce) terkemuka di Indonesia dan memiliki banyak penghargaan dengan *platform* berupa *website* dan aplikasi. Namun dilihat dari data Playstore dan Appstore Shopee memiliki *rating* terendah 4,2 dari 5 dibanding para pesaingnya. Banyak keluhan dari pengguna Shopee terutama mengenai kualitas layanan, kualitas informasi dan kualitas sistem dari Shopee.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari dimensi *overall service quality* terhadap *customer retention* dengan studi kasus pada pengguna Shopee melalui *customer satisfaction* pada pengguna Shopee Indonesia.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang diukur menggunakan skala likert lima poin. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif statistik dan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang diimplementasikan dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.0.

Hasil analisis pada penelitian ini menyatakan bahwa *overall service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* pada pengguna *e-commerce* Shopee, *overall service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengguna *e-commerce* Shopee, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* pada pengguna *e-commerce* Shopee, dan *customer satisfaction* mampu memediasi pengaruh *overall service quality* terhadap *customer retention* pada pengguna *e-commerce* Shopee.

Kata Kunci: *Overall service quality, Customer satisfaction, Customer retention*