

ABSTRAK

Internet telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Khususnya dalam hal memenuhi kebutuhan belanja yang dilakukan melalui aplikasi *e-commerce*. Dengan meningkatnya minat masyarakat, banyak perusahaan *e-commerce* yang menawarkan berbagai macam produk dengan harga yang bervariasi. Sehingga hal ini menyebabkan tingginya persaingan antara bisnis *e-commerce* yang satu dengan yang lainnya. Begitu pula dengan aplikasi OLX yang pada tahun 2016 menjadi peringkat pertama menembus angka 31 triliun rupiah dan total pengunjung lebih dari 100 juta. Namun, pada tahun 2023 OLX menempati peringkat 107 dengan penurunan total pengunjung online bulanan yang rendah dibandingkan dengan *e-commerce* dalam dan luar negeri. Penurunan pengunjung OLX menunjukkan adanya masalah yang berkaitan dengan loyalitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keluhan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada situs *e-commerce* OLX.

Penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas adalah jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel yang dipakai adalah non-probability sampling dengan jumlah sampel sebanyak 274 responden. Besarnya sampel ditentukan dengan perhitungan menggunakan rumus Bernoulli. Sumber data primer dalam penelitian ini berupa data sebaran kuisioner *Google Forms* di media sosial dan menganalisis hasilnya menggunakan SmartPLS 3.2.9. Data penelitian ini juga terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS 25.0 untuk membuktikan bahwa instrumen survei valid dan reliabel. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap sembilan variabel yang digunakan dalam penelitian memberikan hasil yang valid.

Penelitian yang menggunakan perangkat lunak Smart-PLS 3.2.9 dengan jumlah sampel yang valid sebesar 274 responden dari 283 responden menyampaikan hasil bahwa *service quality* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Kemudian *customer satisfaction* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer complaints* dan *customer loyalty*. Dimana dalam *e-commerce* sendiri semakin besar tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas layanan yang ada, semakin rendah tingkat keluhan pelanggan, dan semakin tinggi tingkat kesetiaan pelanggan terhadap platform tersebut.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi tambahan informasi yang bermanfaat untuk peningkatan kualitas layanan yang dimana hal ini juga berpengaruh pada kesetiaan pelanggan pada bisnis *e-commerce*. Saran yang diberikan adalah agar selalu memperbaiki kualitas layanan sehingga bisnis dapat terus berkembang dan selaras dengan kebutuhan masyarakat saat ini.

Kata kunci: *E-Commerce*, OLX, *Kualitas Layanan*, *Keluhan Pelanggan*, *Kepuasan Pelanggan*, *Kesetiaan Pelanggan*, *SmartPLS*