

## ABSTRAK

Internet pertama kali diciptakan dan digunakan untuk tujuan militer pada abad ke-19, namun seiring dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan yang semakin tinggi, internet juga digunakan di berbagai bidang, termasuk sistem sosial, politik, dan komersial. Salah satu kemajuan internet dibidang perdagangan adalah *e-commerce*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara Aplikasi Tokopedia meningkatkan loyalitas pelanggan yang diukur dari variabel kepuasan pelanggan yang terdiri dari *Assurance, Information Quality, Personalization, Reliability, Responsiveness, Security, dan Usability*

Studi ini menggunakan metode kuantitatif, menggunakan pendekatan kausal. Sampelnya terdiri dari 160 responden, dan hasil perhitungan dilakukan menggunakan software G-power. Metode sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer dari kuisioner yang disebarakan melalui platform sosial media Instagram, yang diuji validitasnya dan reliabilitas awal dari data yang dikumpulkan melalui software SPSS 26.

Hasil penelitian, yang dilakukan menggunakan IPMA pada software SmartPLS 3.2.9, dengan validitas sampel 201 dari 222 responden, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kinerja sangat penting untuk loyalitas pelanggan Tokopedia dan keduanya harus dipertahankan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan subjek diperluas tidak hanya pada platform *mobile commerce* Tokopedia, tetapi juga mencakup platform serupa lainnya. Hal ini akan memperluas aplikasi temuan penelitian, memberikan data yang lebih komprehensif, dan memungkinkan perbandingan mendalam antara berbagai platform.

**Kata Kunci :** *Assurance, E-Commerce, Information Quality, Personalization, Reliability, Responsiveness, Security, Usability, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Tokopedia.*