

ABSTRAK

Di era digital seperti saat ini, masyarakat mulai beralih dari belanja *offline* menjadi *online* karena adanya internet. Salah satu industri yang bermunculan untuk memanfaatkan layanan berbasis internet adalah *e-commerce* yang berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Alfagift merupakan jaringan waralaba Alfamart yang meliputi Alfagift, Lawson, Alfamidi, dan Alfa Express dan termasuk dalam aplikasi *e-commerce* yang paling banyak diminati di Indonesia. Berdasarkan hasil pra survei kepada 30 responden, secara keseluruhan *customer* Alfagift kurang merasa puas terhadap aplikasi tersebut sehingga dampaknya akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-service quality*, *e-trust*, *perceived value* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* di Indonesia. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Peneliti telah menyebarkan kuesioner secara online kepada 155 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM dengan program Smart PLS.

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan dengan Alfagift terhadap loyalitas pelanggan. Dimana, kepuasan pelanggan Alfagift ditentukan oleh faktor-faktor seperti nilai yang dirasakan, kepercayaan elektronik, dan kualitas layanan elektronik yang dialami konsumen saat menggunakan layanan. Pada akhirnya, jika pengguna puas dengan dukungan aplikasi, kemungkinan besar mereka akan tetap setia pada Alfagift. Selain itu, loyalitas pelanggan pengguna Alfagift dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan elektronik, kepercayaan elektronik, dan nilai yang dirasakan melalui kepuasan pelanggan. Sementara, *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* memiliki pengaruh terbesar dibandingkan pengaruh *e-service quality*, *e-trust*, dan *perceived value* terhadap *customer satisfaction*.

Kata kunci : *E-Commerce, Customer Behavior, E-Service Quality, E-Trust, Perceived Value, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*