

ABSTRAK

Perkembangan pesat teknologi seluler, terutama smartphone dan tablet, telah menjadikan *mobile commerce* sebagai subsektor utama dalam *e-commerce*, dengan penetrasi pasar mencapai 72,9% pada 2021 dan hampir 79% pengguna smartphone terlibat dalam *mobile commerce* dalam enam bulan terakhir. *E-commerce* kini menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, dan sebagai salah satu *platform* terkemuka di Indonesia, Olx terus berinovasi untuk meningkatkan pengalaman belanja mobile guna memperkuat kepuasan dan loyalitas pelanggan.. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada *mobile commerce* Olx.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menggunakan pendekatan kausal. Sampelnya terdiri dari 153 responden, dan hasil perhitungan dilakukan menggunakan *software* G-power 3.1. Metode sampling yang digunakan adalah non-probability sampling.

Penelitian ini menggunakan data primer dari hasil kuisioner yang didistribusikan melalui *platform* sosial media Instagram. Sebelum menguji data yang dikumpulkan menggunakan program SPSS versi 25.0, hasilnya menunjukkan bahwa 9 variabel dan *instrument* pernyataannya valid dan reliabel.

Hasil penelitian yang dilakukan menggunakan IPMA pada *software* SmartPLS 3.2.9, jumlah sampel yang valid sejumlah 181 responden dari total 200 responden menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan adalah faktor kunci untuk loyalitas pelanggan Olx, yang harus dipertahankan untuk keunggulan kompetitif. jaminan, kualitas informasi, personalisasi, keandalan, responsivitas, keamanan, dan kegunaan yang memiliki skor penting negatif, diidentifikasi sebagai area yang memerlukan perbaikan.

Penelitian selanjutnya perlu diperluas dengan menganalisis berbagai jenis aplikasi *mobile commerce* untuk mengidentifikasi karakteristik unik dan pola-pola yang lebih komprehensif. Variabel seperti niat perilaku, fungsionalitas, keluhan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan dapat dipertimbangkan untuk mengetahui hubungan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Customer Satisfacation, Customer Loyalty Intention, M-Commerce,Service quality.*