

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini telah memberikan dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan. Di era digital ini, teknologi dan internet telah menjadi sarana penting yang memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi dan layanan dengan cepat. Layanan *telemedicine* di Indonesia menjadi salah satu sektor yang merasakan dampak positif dari digitalisasi terutama setelah meningkatnya pengguna layanan *telemedicine* pada saat pandemi COVID-19. Hal ini menjadi peluang besar bagi platform penyedia layanan *telemedicine* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Halodoc merupakan salah satu platform yang menyediakan layanan *telemedicine* yang paling banyak digunakan di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *consumer satisfaction* terhadap *consumer loyalty* Halodoc dengan *consumer trust* sebagai variabel intervening. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan dengan melibatkan responden sebanyak 120 orang. Analisis menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui Google Form. Teknik analisis data menggunakan SEM PLS dengan bantuan *software* SmartPLS 4.1.0.9.

Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel *consumer satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *consumer trust*, *consumer trust* berpengaruh secara signifikan terhadap *consumer loyalty*, *consumer satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *consumer loyalty*, dan *consumer satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *consumer loyalty* yang dimediasi oleh *consumer trust*.

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan wawasan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, memperkuat kepercayaan konsumen, dan membangun loyalitas konsumen yang berkelanjutan. Saran yang dapat diberikan kepada Halodoc yaitu untuk selalu meningkatkan layanan yang diberikan kepada konsumen, memperkuat keamanan data konsumen, dan menjaga transparansi layanan. Dengan memperhatikan saran-saran di atas, diharapkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas konsumen terhadap Halodoc di Indonesia semakin meningkat.

**Kata Kunci:** *consumer satisfaction, consumer trust, consumer loyalty*