

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat menjadi pendorong perubahan dalam berbagai aspek, baik dari aspek perdagangan, pendidikan, pemasaran, dan banyak lagi. Salah satu yang pesat perkembangannya adalah di bidang bisnis yaitu munculnya *online shop*. Salah satu *online shop* yang turut meramaikannya adalah JD.id. Akan tetapi, keberadaan JD.id ini menjadi tergeser dari pesaingnya. Berbagai fenomena yang dialami JD.id seperti tidak menjadi *Top Brand* dalam situs jual beli online, tingkat loyalitas konsumen yang rendah, dan mendapat banyak keluhan dari konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. Selain itu, adanya kontradiksi pada hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen juga menjadi alasan penelitian ini dilakukan.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu prosedur *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 130 responden yang diperoleh melalui pembagian kuesioner secara *online*. Responden penelitian merupakan konsumen pengguna JD.id yang berdomisili di Kota Semarang, berusia minimal 18 tahun, dan pernah melakukan transaksi melalui JD.id minimal dua kali pada tahun 2019-2022. Teknik analisis data diolah menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program *Analysis Moment of Structural* (AMOS).

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dan juga kepuasan konsumen. Selanjutnya, kualitas layanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen. Penelitian ini juga membuktikan bahwa kepuasan konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian diterima. Temuan tersebut diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan dan acuan bagi JD.id untuk meningkatkan kepercayaan, kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas konsumen.

Kata kunci: Kepercayaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.