

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang membangun Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan, Kepercayaan, Desain situs web, Efisiensi pengiriman, dan Persepsi privasi pada pelanggan situs *e-commerce* Tokopedia di kota Semarang.

Populasi penelitian ini merupakan pelanggan situs web Tokopedia di kota Semarang. Sampel ditetapkan berdasarkan pelanggan yang telah bertransaksi melalui situs web lebih dari 2 kali dalam rentang bulan Agustus – Oktober tahun 2022. Jumlah sampel penelitian sebanyak 150 responden dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan *software* AMOS 26.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keseluruhan lima hipotesis yang diajukan pada penelitian ini terhadap Loyalitas pelanggan terbukti secara positif dan signifikan.

Kata kunci: Loyalitas Pelanggan, Kepuasan pelanggan, Kepercayaan pelanggan, Desain Situs Web, Efisiensi Pengiriman, Persepsi Privasi