

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi di berbagai aspek kehidupan khususnya di dunia bisnis Indonesia, membuat para penjual beralih ke sistem digital yaitu *online store*. Salah satu tempat yang sangat dikenal yaitu *e-commerce* menjadi salah satu pilihan bagi para penjual masa kini untuk menjual dagangannya dengan tujuan untuk mencapai target dan meraih pertumbuhan signifikan. Kedua tujuan tersebut mengerucut pada keberhasilan dalam membukukan keuntungan (*profit*) yang memastikan keberlangsungan bisnis sekaligus memastikan perusahaan dapat melanjutkan kegiatannya. Banyaknya pesaing dalam *platform e-commerce* ini, membuat masing-masing perusahaan harus dengan cermat mendapatkan pelanggan baru dan atau konsumen baru serta menjaga pelanggan lamanya agar tidak berpaling ke pesaingnya. Hal ini dapat dilakukan salah satunya melalui pengimplementasian program loyalitas pada *e-commerce* terkait. Shopee merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan elektronik atau *e-commerce* berbasis digital dengan segala pencapaian kesuksesannya yang tinggi di Indonesia tercatat sebagai *platform* belanja *online* nomor satu di Indonesia dengan jumlah total unduhan terbanyak dan jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak disertai dengan omzet terbesar. Didasari atas fenomena ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan *program loyalty* terhadap *store loyalty* pada survey member Shopee di Kota Semarang melalui *communication of services*, *relationship marketing*, dan *green customer trust*.

Konsep model kerangka penelitian yang dikembangkan antara *program loyalty*, *communication of services*, *relationship marketing*, *green customer trust*, dan *store loyalty* bersumber dari teori dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Pengumpulan data yang dilakukan dengan pemberian kuesioner yang terdiri dari pertanyaan terbuka dan tertutup secara daring dengan 114 responden. Kriteria responden penelitian adalah member Shopee yang yang berumur minimal 17 Tahun dan berdomisili di Kota Semarang, Jawa Tengah. Hasil dari pengumpulan data kuesioner yang telah diperoleh, dianalisis secara kuantitatif dan struktural dengan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) menggunakan program AMOS (*Analysis Moment of Structural*) 24.

Temuan pada penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara *program loyalty* terhadap *green customer trust*. Hubungan positif dan signifikan antara *communication of services* terhadap *green customer trust*. Hubungan positif dan signifikan antara *relationship marketing* terhadap *green customer trust*. Hubungan positif dan signifikan antara *green customer trust* terhadap *store loyalty*. Hubungan positif dan signifikan antara *program loyalty* terhadap *store loyalty*. Hubungan positif dan signifikan antara *relationship marketing* terhadap *store loyalty*. Implikasi manajerial yang dapat diterapkan adalah dengan menggunakan penelitian ini sebagai pertimbangan *platform e-commerce* Shopee dalam pengambilan keputusan terkait peningkatan *program loyalty* untuk peningkatan *store loyalty* pada *platform* Shopee di Kota Semarang.

Kata Kunci: *Program loyalty, Communication of services, Relationship marketing, Green customer trust, Store loyalty*