

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang sedemikian cepatnya membawa dampak bagi kehidupan manusia dimana segala sesuatunya berjalan lebih cepat dan mudah. Salah satu hal yang dapat dirasakan yakni kemudahan dalam membeli barang secara *online* dimana kita tidak harus mengunjungi sebuah toko untuk membeli sebuah barang, namun kita dapat melakukan transaksi jual beli secara *online* lebih dikenal dengan sebutan *e-commerce*. Keberadaan *e-commerce* di Indonesia mendapat sambutan baik dari masyarakat, hal ini terbukti dari jumlah pengunduh aplikasi *e-commerce* yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang populer di Indonesia, hal ini sejalan dengan terus meningkatnya unduhan shopee pada *Google Play Store* dari tahun 2016 yaitu 1.000.000 unduhan menjadi 50.000.000 unduhan pada tahun 2019. PT Mitra Bisnis Keluarga Ventura merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang keuangan mikro ventura yang sebagian besar karyawannya adalah wanita dan berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, sebagian besar karyawan PT Mitra Bisnis Keluarga Ventura gemar berbelanja *online* melalui aplikasi shopee. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, serta daya tanggap berpegaruh terhadap loyalitas konsumen dan mengetahui pengaruh kepercayaan berpegaruh terhadap loyalitas konsumen pada karyawan PT. Mitra Bisnis Keluarga Ventura di Solo Raya. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Jika kualitas layanan meningkat 10 persen maka loyalitas konsumen akan meningkat sebesar 3,06 persen sedangkan variabel kepercayaan variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap loyalitas konsumen. Jika kepercayaan meningkat 10 persen maka loyalitas konsumen akan menurun sebesar 1,3 persen dengan variabel lainnya bernilai konstan.

Kata kunci: kualitas layanan, kepercayaan, loyalitas konsumen, dan *e-commerce*.

ABSTRACT

Technological developments that accelerate the process for humans everywhere are running faster and easier. One of the things that can be seen in purchasing goods online where we do not have to buy a store to buy goods, but we can make purchases online, known as *e-commerce*. The existence of *e-commerce* in Indonesia has received good reception from the public, this is evident from the number of downloaders of *e-commerce* applications that are increasing from year to year. Shopee is one of the most popular *e-commerce* sites in Indonesia, it is related to the continued shopee downloads on the Google Play Store from 2016, namely 1,000,000 downloads to 50,000,000 downloads in 2019. PT Mitra Bisnis Keluarga Ventura is a company engaged in in the field of venture microfinance where most of the employees are women and based on interviews conducted by the author, most employees of PT Mitra Bisnis Keluarga Ventura like to buy online through the shopee application. This study discusses the importance of comfort, approval, guarantees, evidence, empathy, and responsiveness influence the customer loyalty and study the motivation of trust has an influence on customer loyalty in the employees of PT. Ventura Family Business Partner in Solo Raya. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The analysis shows that service quality has a significant and positive effect on consumer loyalty. If service quality increases by 10 percent, consumer loyalty will increase by 3.06 percent while the trust variable is not significant and negative for the customer loyalty. If confidence increases by 10 percent, consumer loyalty will increase by 1.3 percent with other variables constant value.

Keywords: service quality, trust, customer loyalty, and e-commerce.