# **ABSTRAK**

Daniel Tanujaya / 24140350 / 2019 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia / Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Menyadari akan majunya waktu dan zaman, maka para masyarakat juga mengalami kemajuan dalam gaya hidup. Kemajuan dalam berbagai bidang mulai timbul dari adanya era informasi. Era ini memulai perkembangan cepat terhadap teknologi–teknologi di dunia. Perkembangan–perkembangan tersebut merubah struktur bisnis terus menerus, dari bisnis secara konvensional sampai bisnis yang bisa terjadi hanya dengan menekan sebuah tombol. Hal–hal ini dapat terjadi karena penemuan–penemuan yang selalu berkembang untuk memudahkan hidup manusia, dimulai dari telepon yang biasa dan tidak bisa dipindahkan, sampai dengan telepon genggam yang selalu berubah–ubah, perkembangan yang paling memberikan potensi untuk masyarakat dan umat manusia adalah internet. Salah satu perusahaan besar yang melakukan perkembangan dalam bidang tersebut adalah PT. Tokopedia. Tokopedia.com merupakan salah satu mal online yang mengusung model bisnis *marketplace* dan *mall online*. Tokopedia.com resmi diluncurkan ke publik pada 17 Agustus 2009 di bawah naungan PT. Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Febuari sejak 2009.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari kualitas layanan yang memiliki dimensi reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Selanjutnya adalah definisi dari harga yang memiliki dimensi *list price, discounts, allowances, payment period,* dan *credit terms*. Definisi terakhir adalah definisi kualitas pelanggan yang memiliki dimensi, melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*), merekomendasikan produk lain (*refers other*), dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*).

Objek dari penelitian ini adalah Tokopedia. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data dan pengambilan sampel menggunakan *Judgement sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*structural equation modelling*) dengan menggunakan SPSS 23.

Output yang dihasilkan SPSS 23 menyatakan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh yang diberikan kualitas layanan merupakan pengaruh yang signifikan dan harga tidak signifikan. Koefisien regresi kualitas layanan dan harga juga memiliki nilai yang positif sesuai dengan hipotesis.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada dalam penelitian terbukti dan memiliki pengaruh yang positif. Kualitas layanan berpengaruh signifikan dan harga tidak bepengaruh signifikan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian kembali dikarenakan hasil penelitian masih menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan variabel yang lebih beragam sehingga mendapat hasil yang lebih luas.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Harga, Loyalitas Pelanggan