**ABSTRAK**

Natasya Dilla Priscilla / 23150160 / 2019 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Jakarta / Pembimbing: Lily Harjati, Ir., M.M.

Pada kemajuan teknologi dan informatika, para pelaku bisnis mulai bersaing memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi di lingkungan masyarakat. Sehingga para pelaku bisnis mulai memanfaatkan e-commerce sebagai suatu cara bersaing untuk kemajuan dan mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki*.* Oleh karena itu, pertumbuhan perusahaan *e-commerce* di Indonesia semakin banyak sehingga persaingan diantara perusahaan pun semakin ketat. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di wilayah Jakarta.

Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori kualitas layanan, promosi, dan loyalitas pelanggan. Terdapat tiga dimensi untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan yaitu melakukan pembelian ulang, merekomendasikan kepada orang lain, dan kebal terhadap produk pesaing. Untuk mengukur variabel promosi, terdapat lima dimensi yaitu bukti fisik, empati, cepat tanggap, kehandalan, dan jaminan. Untuk variabel promosi terdapat dua dimensi untuk mengukurnya yaitu periklanan dan promosi penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah judgement sampling dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden yang sudah pernah berbelanja di Shopee. Alat ukur dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, persentase, rata-rata, skala likert, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda. Alat bantu yang digunakan adalah SPSS 20.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah perempuan dengan rentang usia 18-22 tahun dan berstatus sebagai pelajar/mahasiswa. Berdasarkan analisis regresi linear berganda, didapat hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari kualitas layanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara keseluruhan kualitas layanan dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan persentase rata-rata baik yang artinya pelanggan loyal karena Shopee memiliki kualitas layanan dan promosi yang baik.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Promosi, Loyalitas Pelanggan, Shopee