

ABSTRAK

Semakin berkembangnya teknologi kini dapat meningkatkan jumlah pengguna internet, maka angka pelanggan online di Indonesia terus meningkat. Pertumbuhan yang pesat dari toko online telah mendorong persaingan hebat diantara jasa penjualan. Salah satunya yaitu media online Shopee, Shopee merupakan *E-commerce* yang paling banyak diminati oleh pengguna online di Indonesia. Salah satu fitur pada aplikasi Shopee yang sering digunakan yaitu fitur ShopeeFood. Fitur ShopeeFood ini merupakan salah satu alat penunjang untuk memesan makanan melalui jasa antar pesan makanan oleh driver ShopeeFood. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Loyalitas Pelanggan (Y). Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji t). Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 92 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *Simple Random Sampling*. Pengumpulan data penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala likert. Berdasarkan hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

As technology develops, it can increase the number of internet users, so the number of online subscribers in Indonesia continues to increase. The rapid growth of online stores has driven intense competition among sales services. One of them is the online media Shopee, Shopee is the E-commerce that is most in demand by online users in Indonesia. One of the features in the Shopee application that is often used is the ShopeeFood feature. This ShopeeFood feature is a supporting tool for ordering food through food delivery services by ShopeeFood drivers. This study aims to identify, analyze and describe the variables of Service Quality (X) and Customer Loyalty (Y). The method used in this study is a quantitative method with descriptive and verification analysis. The data analysis technique used is simple linear regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination and hypothesis testing (t test). The number of samples used in this study were 92 respondents using a sampling technique, namely Simple Random Sampling. The collection of research data is using a questionnaire with a Likert scale measurement. Based on the results of this study, it shows that the variable Service Quality has a positive effect on Customer Loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty

