

# **THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PROMOTION, AND EASE OF USE ON CUSTOMER LOYALTY AT TOKOPEDIA**

**By Sabrina Rahmanisa**

## **Abstract**

*Online buying habits are one of the ways that people's conduct in economic activities is influenced by the rapid global growth of digital technology. E-commerce activities, including Tokopedia users, play a significant role in Indonesia's digital world, coupled with competitive growth that pushes businesses to boost client loyalty through service tactics, discounts, and user-friendliness. The purpose of this study is to ascertain how Tokopedia customer loyalty is impacted by promotions, convenience of use, and service quality. Using the Purposive Sampling approach, 150 respondents from Generation Z Tokopedia users in DKI Jakarta who actively bought more than twice in the previous six months made up the research sample. The study's findings showed that: (1) customer loyalty was impacted by service quality; (2) customer loyalty was impacted by promotions; and (3) customer loyalty was not impacted by simplicity of use. These results show that enhancing service quality and putting in place suitable and focused marketing tactics are the primary ways to increase Tokopedia customer loyalty.*

**Keywords:** *ease of use, promotion, service quality, tokopedia.*

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI TOKOPEDIA**

**Oleh Sabrina Rahmanisa**

## **Abstrak**

Perkembangan teknologi digital yang pesat secara global memengaruhi perilaku masyarakat dalam aktivitas ekonomi, salah satunya adalah kebiasaan berbelanja *online*. Dalam kehidupan dalam dunia digital di Indonesia, aktivitas *e-commerce* termasuk pengguna Tokopedia merupakan bagian yang penting, disertai dengan pertumbuhan yang kompetitif sehingga mendorong perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui strategi layanan, promosi, dan kemudahan penggunaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia. Sampel penelitian adalah pengguna Tokopedia Generasi Z di DKI Jakarta sebanyak 150 responden yang aktif berbelanja lebih dari dua kali selama enam bulan terakhir, dan ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah (1) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, (2) promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan (3) kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor utama yang dapat memperkuat loyalitas pelanggan Tokopedia adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan serta menerapkan strategi promosi yang sesuai dan tepat sasaran.

**Kata Kunci:** kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, promosi, tokopedia.