

ABSTRAK

Dalam dunia bisnis *e-commerce*, perusahaan perlu fokus pada upaya untuk mempertahankan dan memperkuat hubungan dengan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas konsumen, dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen Tokopedia di Kota Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Tokopedia di Kota Semarang yang telah menggunakan platform lebih dari satu tahun atau telah melakukan pembelian lebih dari satu kali. Sampel penelitian berjumlah 150 responden dengan teknik *purposive sampling*. Data diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak AMOS 22.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, kualitas pelayanan dan citra merek juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen terbukti menjadi variabel intervening yang memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan, citra merek, dan loyalitas konsumen.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen