

ABSTRAK

Internet menjadi media elektronik yang digunakan untuk berbagai kegiatan penelitian, pemanfaatan informasi dan tentunya alat transaksi dan belanja melalui media perdagangan *online*. Bukalapak merupakan salah satu perusahaan perdagangan elektronik (*e-commerce*) terkemuka di Indonesia dengan *platform* berupa *website* dan aplikasi dengan model *consumer to consumer* (C2C). Namun bukhalapak mengalami penurunan jumlah pengunjung sejak tahun 2021 yang memiliki pengguna aktif sebanyak 29,88 juta, namun pada kuartal I 2022 jumlah pengguna aktif bukhalapak turun menjadi 23,1 juta. Adapun laporan keluhan konsumen melalui Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) terkait kualitas pelayanan Bukhalapak. Penelitian ini memanfaatkan model SERVQUAL yang telah dimodifikasi dan disesuaikan faktor dimensi yang mempengaruhinya dengan mempertimbangkan konteks *online shopping* dalam *e-commerce*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, proses pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling non probability sampling* dengan jumlah sampel sebesar 166 orang responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner menggunakan *google form* dan SPSS 25.0. sebagai alat uji validitas dan uji reliabilitas serta hasil data diolah menggunakan *software Smart-PLS 4*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap *komplain pelanggan* dan *loyalitas pelanggan* situs web Bukhalapak di Indonesia melalui *kepuasan pelanggan*. baik pengaruh secara langsung dan pengaruh secara tidak langsung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *reliability*, *trust*, dan *website design* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *service quality*, variabel *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* dan variabel *customer satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer complaints* dan *customer loyalty*, kemudian *customer complaints* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *customer loyalty*. Variabel *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer complaints* dan *customer loyalty* dengan melalui variabel *intervening* yaitu *customer satisfaction*.

Saran penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel pendukung lain untuk mengukur tingkat kualitas layanan situs web Bukhalapak seperti *ease of use*, *security*, *assurance* atau variabel lain.

Kata Kunci: Bukalapak, *Komplain Pelanggan*, *Loyalitas Pelanggan*, *E-Commerce*, *Kualitas Layanan*, *Smart-PLS*