

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat dan maju, tidak dapat dipungkiri perkembangan teknologi kini telah merambah ke seluruh bidang kehidupan manusia. Dampak era digital juga terlihat pada perkembangan sektor kesehatan di Indonesia, khususnya pada masa pandemi Covid-19 yang meningkatkan permintaan terhadap layanan konsultasi melalui media elektronik. Hal ini merupakan peluang yang baik bagi platform medis di Indonesia, namun di sisi lain akan meningkatkan daya saing dari platform medis itu sendiri, perusahaan harus terus berupaya memberikan layanan yang terbaik. Halodoc merupakan salah satu platform medis yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi Halodoc di kota Bandung.

Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk penelitian deskriptif dan kausal. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 116 responden menggunakan teknik *non-probability sampling*. Data dianalisis dengan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan sebesar 65,2% cukup baik. Variabel kepuasan pelanggan secara keseluruhan sebesar 69% termasuk dalam kategori benar. Selanjutnya variabel Loyalitas Pelanggan hingga 55,8% cukup baik. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi Halodoc secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan