

ABSTRAK

Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahun. *E-commerce*, yang memberikan nilai kepada perusahaan, kini juga dapat dilakukan melalui perangkat mobile, disebut *mobile commerce*. Carousell adalah aplikasi iklan baris seluler yang memudahkan jual beli dengan mengambil foto. Carousell menempati peringkat 12.032 di dunia dan 1.107 di Indonesia dalam popularitas situs belanja online, serta merupakan *e-commerce* nomor dua dalam kategori *e-commerce* dan *shopping* di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan berdampak pada loyalitas pelanggan di aplikasi *mobile commerce* Carousell.

penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menggunakan pendekatan kausal. Sampelnya terdiri dari 153 responden, dan hasilnya dihitung menggunakan *software G-power* dan teknik *sampling* yang digunakan metode *sampling non-probability*. Penelitian ini menggunakan data primer dari hasil kuisisioner yang didistribusikan melalui platform sosial media Instagram. Sebelum menguji data yang dikumpulkan menggunakan program Smart-PLS 3.1.9 dan SPSS versi 25.0, hasilnya menunjukkan bahwa 9 (Sembilan) variabel dan *instrument* pernyataannya valid dan reliabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *assurance*, *reliability*, *security*, *usability*, dan *security* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Variabel *customer satisfaction* juga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *customer loyalty intention*, serta memediasi hubungan positif dan signifikan antara *assurance*, *reliability*, *security*, dan *usability* dengan *customer loyalty intention*. Berdasarkan hasil *importance performance matrix analysis* (IPMA), *customer satisfaction* berada di kuadran I atau "*keep up the good work*".

Diharapkan penelitian yang akan datang akan memasukkan variabel seperti *perceived value*, *customer trust*, *emotional attachment*, dan *perceived quality* untuk mengetahui apakah faktor-faktor ini berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan dan memperkaya penelitian.

Kata Kunci: Carousell, *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction*, *E-commerce*, *Internet*, *M-commerce*, *Service Quality*, *SmartPLS*.