

ABSTRAK

Dengan rating yang diberikan dapat ditingkatkan dengan melihat kembali penilaian konsumen terkait pengaruh belanja mobile dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan merupakan faktor kunci dalam menentukan kepuasan dan niat loyalitas pelanggan dalam konteks *m-commerce*. Dengan melakukan evaluasi dan peningkatan terhadap kualitas layanan, perusahaan *m-commerce* memiliki potensi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi risiko munculnya keluhan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas layanan belanja mobile terhadap niat loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada aplikasi *m-commerce* lazada. Melalui analisis ini, penulis berharap agar mendapatkan pemahaman yang lebih baik lagi mengenai bagaimana hubungan antara kualitas layanan belanja mobile terhadap niat loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

Studi ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian kausal. Untuk metode pengumpulan data menggunakan metode survey melalui kuesioner yang dirancang untuk menanyakan pertanyaan yang terkait dengan topik penelitian. Berdasarkan waktu penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode *cross sectional*. Hasil data diolah dengan menggunakan *Smart-PLS 3.19* dan *SPSS 29.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *assurance, personalization, reliability, dan responsiveness* tidak memiliki hubungan positif terhadap *customer satisfaction* pada pengguna kualitas layanan *mobile commerce application* Lazada. Serta *information quality, security, usability, dan customer satisfaction* memiliki hubungan positif terhadap *customer satisfaction* pada pengguna kualitas layanan *mobile commerce application* Lazada.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Lazada, *M-Commerce*, Niat Loyalitas