

ABSTRAK

Kemajuan dan perkembangan dunia bisnis pastinya akan selalu beriringan dengan perkembangan teknologi yang ada. Salah satu teknologi yang merubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi dengan lingkungannya adalah teknologi internet. Tidak dapat dipungkiri teknologi internet ini juga mempengaruhi bentuk dan cara dalam pelaksanaan di dunia bisnis. Salah satu bentuk bisnis yang dipengaruhi oleh teknologi ini adalah *e-commerce*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel Harga, citra, kemudahan, pelayanan dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Dan Untuk mengetahui dari antara yang mempengaruhi loyalitas konsumen, bahwa kepuasan dominan mempengaruhi secara parsial terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional dan populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Malangkecewara angkatan 2016. Jumlah Mahasiswa STIE Malangkecewara angkatan 2016 adalah sebanyak 505 orang. Dan peneliti menggunakan 50 orang Mahasiswa sebagai sampel. Hasil penelitian membuktikan bahwa hipotesis pertama yaitu harga (X1), citra (X2), kemudahan (X3), pelayanan (X4) dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan jasa traveloka. Pengujian ini menggunakan uji F yang menunjukkan bahwa F hitung (lebih besar) > dari F tabel yaitu 71,983 (lebih besar) > 2,427 dan mempunyai tingkat signifikansi lebih kecil < dari α yaitu 0,000 (lebih kecil) < 0,005. Artinya Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa harga, citra, kemudahan, pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian membuktikan bahwa hipotesis kedua yaitu dari antara faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, kepuasan dominan mempengaruhi loyalitas konsumen. Pengujian ini menggunakan uji t hitung variabel harga sebesar (2,096), Variabel citra sebesar (2,088), Variabel kemudahan sebesar (2,234), variabel pelayanan sebesar (2,128), dan variabel kepuasan sebesar (2,250) lebih besar dari t tabel yaitu (2,015). Artinya Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa dari kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. sehingga. Hasil penelitian membuktikan bahwa Adjusted R Square pada tabel sebesar 89,1% menunjukkan besarnya variabel Harga (X1), Citra (X2), Kemudahan (X3), pelayanan (X4) dan Kepuasan (X5) mempengaruhi Loyalitas Konsumen (Y) dan sisanya sebesar 10,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Harga, Citra, Kemudahan, Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen.

