

**PENGARUH *ONLINE CONVENIENCE* DAN PERILAKU KONSUMEN  
TERHADAP LOYALITAS PADA E-COMMERCE SHOPEE**

Adnanta Ivan Alfauzi

[ivanadntz@gmail.com](mailto:ivanadntz@gmail.com)

**ABSTRAK**

Di era pandemic Covid-19 saat ini, perdagangan melalui internet sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Tempat belanja yang kerap digunakan oleh masyarakat Indonesia, salah satunya adalah melalui *e-commerce* milik Shopee. Penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *online convenience* dan perilaku konsumen terhadap loyalitas pelanggan di *e-commerce* Shopee. Populasi yang ada dalam penelitian ini berjumlah 3441 mahasiswa. Metode sampling yang digunakan adalah menggunakan metode *purposive sampling*, dan sampel yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 75 responden. Metode pengambilan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis regresi berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa *online convenience* dan perilaku konsumen secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. *online convenience* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Perilaku konsumen secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** *Online convenience*, perilaku konsumen, loyalitas pelanggan