

## ABSTRAK

Di era digital saat ini, e-commerce telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan masyarakat urban di Kota Bekasi. Platform seperti Shopee terus berupaya meningkatkan kualitas layanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas online, dengan nilai persepsi sebagai variabel intervening, pada pengguna Shopee di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan analisis data menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik non-probability sampling, melibatkan 385 responden melalui kuesioner yang disebar via Google Form. Data dianalisis menggunakan SmartPLS untuk mengevaluasi pengaruh kualitas sistem, informasi, dan layanan elektronik terhadap nilai persepsi dan loyalitas online pengguna Shopee di Kota Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden adalah perempuan (53,4%), berusia 21-25 tahun (40%), dan sebagian besar bekerja sebagai pegawai swasta dengan penghasilan Rp 3.000.000 – 5.000.000.

Penelitian ini menemukan bahwa untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung *System Quality*, *Information Quality*, dan *Elektronik Service Quality* terhadap *Perceived Value* dan *Online Loyalty* pada pengguna Shopee di Kota Bekasi. Penelitian ini menemukan bahwa *Elektronik System Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Value* dan *Online Loyalty*. Kemudian, *Information Quality* berpengaruh terhadap *Perceived Value* dan *Online Loyalty*. Sedangkan, *System Quality* berpengaruh terhadap *Perceived Value* dan *Online Loyalty*, dan *Online Loyalty* sendiri berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Value*. Semua Variabel menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan.

**Kata Kunci :** *System Quality*, *Information Quality*, *Elektronik Service Quality*, *Perceived Value*, *Online Loyalty*