



## ABSTRAK

Industri fesyen *online* yang berkembang pesat mendorong banyak *m-commerce* untuk mengembangkan bisnisnya di bidang tersebut. Untuk bertahan di industri yang sangat kompetitif, penting bagi sebuah *m-commerce* untuk memiliki loyalitas konsumen yang kuat. Memberikan layanan *m-commerce* fesyen yang terbaik dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas layanan *m-commerce* fesyen terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil melalui survei kuesioner daring dari 215 responden Generasi Milenial yang lahir pada tahun 1981-1996 dan berbelanja melalui *m-commerce* fesyen setidaknya sebulan sekali dalam satu tahun terakhir. Data kemudian dianalisis menggunakan SPSS. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan *m-commerce* fesyen secara signifikan berpengaruh langsung pada kepuasan dan loyalitas konsumen. Kemudian, kepuasan konsumen secara signifikan berpengaruh langsung pada loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa kualitas layanan *m-commerce* fesyen berpengaruh tidak langsung pada loyalitas melalui kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas layanan *m-commerce*, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, *m-commerce*, industri fesyen *online*, Generasi Milenial.



## ABSTRACT

The rapid growth of the online fashion industry has encouraged many m-commerce businesses to expand their presence in this field. In order to survive in a highly competitive industry, it is important for an m-commerce to have strong customer loyalty. Providing the best fashion m-commerce service can increase customer loyalty. The aim of this research is to examine the influence of m-commerce fashion service quality on customer satisfaction and loyalty. Data for this study was collected through an online questionnaire survey from 215 Millennial respondents born between 1981-1996 who had shopped using m-commerce fashion at least once a month in the past year. The data was then analyzed using SPSS. The research findings show that m-commerce fashion service quality significantly influences customer satisfaction and loyalty. Furthermore, customer satisfaction significantly influences loyalty. It was also found that m-commerce fashion service quality indirectly influences loyalty through customer satisfaction. The implications for management in improving the performance of m-commerce fashion are analyzed and discussed based on these findings.

**Keywords:** M-commerce service quality, customer satisfaction, customer loyalty, m-commerce, online fashion industry, Millennial Generation.