

ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi mendorong *e-commerce* untuk terus berinovasi dalam pemasaran dan layanan guna menjaga loyalitas pelanggan. Tokopedia sebagai salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia menghadapi tantangan dalam mempertahankan pengguna setia, khususnya di tengah persaingan *platform* digital yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran media sosial, implementasi kecerdasan buatan, persepsi citra merek, dan kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia di Purwokerto. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis jalur (*path analysis*) terhadap data dari 121 responden yang diperoleh melalui *purposive sampling* dan diolah menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, pemasaran media sosial dan kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan implementasi kecerdasan buatan dan persepsi citra merek tidak berpengaruh signifikan. Namun, secara simultan keempat variabel tersebut berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi digital melalui media sosial dan layanan elektronik memiliki peran penting dalam memperkuat loyalitas pelanggan Tokopedia di Purwokerto

Kata kunci: pemasaran media sosial, kecerdasan buatan, citra merek, kualitas layanan elektronik, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The rapid development of digitalization encourages e-commerce platforms to continuously innovate in marketing and service strategies to maintain customer loyalty. Tokopedia, as one of the largest e-commerce platforms in Indonesia, faces challenges in retaining loyal users, especially amidst the increasingly competitive digital landscape. This study aims to analyze the influence of social media marketing, artificial intelligence implementation, brand image perception, and electronic service quality on customer loyalty toward Tokopedia in Purwokerto. A quantitative approach was used, employing path analysis on data collected from 121 respondents through purposive sampling and analyzed using SPSS version 27. The results show that, partially, social media marketing and electronic service quality have a positive and significant effect on customer loyalty, while artificial intelligence implementation and brand image perception do not show a significant effect. However, simultaneously, all four variables have a significant influence. These findings highlight the importance of digital strategies, particularly through social media and electronic services, in strengthening customer loyalty toward Tokopedia in Purwokerto.

Keywords: social media marketing, artificial intelligence, brand image, electronic service quality, customer loyalty