

ABSTRAK

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA APLIKASI E-COMMERCE TOKOPEDIA

Siti Nurfa Izah¹⁾, Dr. Hastuti Naibaho, M.Si, PMA²⁾

¹⁾ Mahasiswa program studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya.

²⁾ Dosen program studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pemanfaatan teknologi dalam dunia bisnis tidak dapat dipisahkan, Kualitas pelayanan elektronik dan kepercayaan merek menjadi perlu diperhatikan untuk kepuasan pelanggan yang berakibat pada loyalitas pelanggan. Tokopedia menjadi obyek penelitian yang menarik karena telah menduduki posisi pertama *e-commers* paling banyak dikunjungi pelanggan, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan *e-commers* tokopedia yang merupakan *e-commers* dengan pelanggan terbanyak mengingat bahwa kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek merupakan hal yang harus diperhatikan oleh situs jual beli online (*e-commers*) demi menjaga pelanggan agar tetap loyal kepada tokopedia.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling dari pengguna *e-commers* tokopedia, teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dan uji koefisiensi determinasi.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa nilai koefisien koefisien regresi sebesar 0,421 dan koefisien determinasi sebesar 0,468 . Kesimpulannya bahwa kepuasan pelanggan akan berpengaruh positif dan signifikan pada peningkatan loyalitas pelanggan pada *e-commers* tokopedia sebesar 42.1% begitu juga dengan variable kepercayaan merek yang menunjukkan nilai positif sebesar 0,002 atau 0,02% terhadap loyalitas pelanggan pada *e-commers* tokopedia

Kata kunci : Kepuasan pelanggan, kepercayaan merek, loyalitas pelanggan.

Pustaka : 20

Tahun Publikasi : 2010 - 2021