

## ABSTRAK

### PENGARUH DUTA MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA

Nafila Salsabila (1) Dr. Edi Purwanto, S.E., M.M., M.Mis., M.M.T., M.H. (2)

- 1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- 2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini dilakukan untuk menguji variabel duta merek, citra merek, keputusan pembelian, dan loyalitas pelanggan terhadap pelanggan *e-commerce* Tokopedia. Dalam proses penelitian, metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan dengan objek penelitian pelanggan *e-commerce* Tokopedia yang telah melakukan transaksi lebih dari 3 kali. Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui pastinya dan peneliti menarik besaran sampel dengan jumlah sebesar 110 sampel. Data tersebut dikumpulkan melalui kuisioner dan teknik analisis data pada penelitian ini merupakan *structural equation modeling* (SEM) yang berbasis *partial least square* (PLS) dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 3.0. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa variabel duta merek dan citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel duta merek dan keputusan pembelian juga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, variabel keputusan pembelian mampu menjadi variabel mediasi atau perantara untuk variabel duta merek dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Namun, untuk variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Tokopedia, Duta Merek, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Loyalitas Pelanggan