

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI BANDARLAMPUNG

Oleh:

Sartika

Loyalitas konsumen merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan secara berulang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen pada marketplace shopee di Bandar Lampung. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 konsumen yang pernah melakukan pembelian produk secara berulang dan mengetahui berbagai macam jenis produk yang tersedia di marketplace shopee. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kepercayaan merek berpengaruh loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND TRUST ON CONSUMER LOYALTY IN THE SHOPEE MARKETPLACE IN BANDAR LAMPUNG

By:

Sartika

Consumer loyalty is a commitment that is held firmly to make repeat purchases or continue to support a preferred product or service in the future consistently. This study aims to determine the effect of product quality and brand trust on consumer loyalty in the Shopee marketplace in Bandar Lampung. The sampling method used in this study is non-probability sampling with purposive sampling technique. The research sample consisted of 120 consumers who had made repeat purchases and were familiar with various types of products available in the Shopee marketplace. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis. The results of this study, both partially and simultaneously, show that the variables of product quality and brand trust have a significant effect on consumer loyalty.

Keywords : Product Quality, Brand Trust, Consumer Loyalty.