

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS WEBSITE DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKOPEDIA

Oleh

Angga Bagas Bestari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel kepercayaan merek, kualitas website dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan. Sebanyak 100 orang responden dengan kriteria pernah melakukan transaksi melalui Tokopedia paling tidak 3 kali. Melalui analisis regresi berganda dan analisis deskriptif didapat bahwa promosi penjualan dan kualitas website mempengaruhi loyalitas pelanggan, sedangkan variabel kepercayaan merek tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini hanya menjelaskan 38,1% dari loyalitas pelanggan, diperlukan variabel lain seperti brand image, brand loyalty, dll untuk melihat pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.

Kata-kunci: Kepercayaan merek, kualitas website, promosi penjualan dan loyalitas pelanggan.