

ABSTRAK

Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Shopee

(Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang 2017)

Elva Herliandita Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui menganalisis dan menjelaskan : (1) Korelasi antara Kepercayaan dengan Kepuasan; (2) Pengaruh Kepercayaan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Shopee; (3) Pengaruh Kepuasan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Shopee; (4) Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Shopee. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *explanatory survey*, dengan pendekatan Kuantitatif. Jumlah sampel sebanyak 115 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability* sampling dengan pendekatan *purposive* sampling. Metode pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner kepada responden. Alat analisis yang digunakan yaitu Analisis jalur (*Path Analysis*). Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara Kepercayaan dan Kepuasan yang memiliki nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,648 dan mempunyai hubungan yang kuat. Secara parsial Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,325. Kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,402. Secara simultan Kepercayaan dan Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 43,4%, sedangkan sisanya sebesar 56,4% merupakan variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The Effect of Trust and Satisfaction on Customer Loyalty on Shopee Application Users

(Study on Management Students at Buana Perjuangan University Karawang 2017)

Elva Herliandita Management Study Program

Faculty of Economics and Business, Universitas Buana Perjuangan Karawang

This study aims to find out, analyze and explain: (1) Correlation between Trust and Satisfaction; (2) Partial Effect of Trust on Shopee Application Customer Loyalty; (3) Partial Satisfaction Effect on Shopee Application Customer Loyalty; (4) Simultaneous Effect of Trust and Satisfaction on Shopee Application Customer Loyalty. The research was conducted using an explanatory survey method, with a quantitative approach. The number of samples is 115 respondents. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling approach. Methods of data collection using questionnaires to respondents. The analytical tool used is Path Analysis. Based on the analysis results show that there is a correlation between Trust and Satisfaction which has a Correlation Coefficient value of 0.648 and has a strong relationship. Partially Trust has a positive and significant effect on Customer Loyalty of 0.325. Partial satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty of 0.402. Simultaneously, Trust and Satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty by 43.4%, while the remaining 56.4% are other variables that are not examined.

Keywords: Trust, Satisfaction, Customer Loyalty