

ABSTRACT

The Influence Of Brand Trust and Customer Satisfaction on Customer Loyalty among Shopee users in Tasikmalaya City

Oleh:

Muhammad Rivaldo Ali

NPM 20342270

Di Bawah Bimbingan:

Pembimbing 1: Kartawan

Pembimbing 2: Allicia Deana

The study focuses on the impact of brand trust and Kepuasan Pelanggan on Loyalitas Pelanggan among Shopee users in Tasikmalaya, Indonesia. It employs a survey method and structural equation modeling (SEM) with mediation analysis to investigate the relationships between these key constructs. The research objectives are to explore the impact of brand trust on customer satisfaction and customer loyalty, as well as the influence of customer satisfaction on customer loyalty. The study's findings are expected to contribute to both theoretical understanding and practical strategies for e-commerce companies, particularly Shopee, to enhance their business performance in a highly competitive market. The research is scheduled to be conducted from August 2023 to January 2024, with a sample size of 250 Shopee users in Tasikmalaya. The study utilizes non-probability sampling with purposive sampling method. The data analysis includes descriptive statistics to assess customer perceptions and confirmatory factor analysis to evaluate the unidimensionality of the measurement constructs. The study's results are expected to provide valuable insights into the factors influencing customer loyalty in the e-commerce context, specifically focusing on Shopee users in Tasikmalaya, and offer practical implications for businesses in the industry.

Keywords: brand trust; Customer Satisfaction; Customer Loyalty.

ABSTRAK

Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan pada pengguna Shopee di Kota Tasikmalaya

Oleh:

Muhammad Rivaldo Ali

NPM 20342270

Di Bawah Bimbingan:

Pembimbing 1: Kartawan

Pembimbing 2: Allicia Deana

Penelitian ini berfokus pada dampak kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di kalangan pengguna Shopee di Tasikmalaya, Indonesia. Metode survei dan pemodelan persamaan struktural (SEM) dengan analisis mediasi digunakan untuk menyelidiki hubungan antara konstruk-konstruk kunci ini. Tujuan penelitian adalah untuk mengeksplorasi dampak kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, serta pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi baik pada pemahaman teoritis maupun strategi praktis bagi perusahaan e-commerce, khususnya Shopee, untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka di pasar yang sangat kompetitif. Penelitian ini dijadwalkan dilakukan dari Agustus 2023 hingga Januari 2024, dengan ukuran sampel sebanyak 250 pengguna Shopee di Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode non-probabilitas dengan metode purposive sampling. Analisis data melibatkan statistik deskriptif untuk menilai persepsi pelanggan dan analisis faktor konfirmatori untuk mengevaluasi unidimensionalitas konstruk pengukuran. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan berharga mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks e-commerce, khususnya pada pengguna Shopee di Tasikmalaya, serta memberikan implikasi praktis untuk bisnis di industri tersebut.

Kata Kunci: *Kepercayaan Merek*; kepuasan pelanggan; loyalitas pelanggan