

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *E-COMMERCE*
TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS
PENDIDIKAN GANESHA)**

Oleh

Ida Ayu Komang Trisna Mega Putri, NIM 1717041105

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara simultan maupun parsial terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Tokopedia. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 150 responden, teknik sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. (2) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. (3) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: kepercayaan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *E-COMMERCE*
TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS
PENDIDIKAN GANESHA)**

Oleh

Ida Ayu Komang Trisna Mega Putri, NIM 1717041105

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study was aimed to examine the effect simultaneous and partially of trust and customer satisfaction on customer loyalty of e-commerce Tokopedia. The number of samples in this study were 150 respondents, the sample technique used purposive sampling, namely the selection of samples based on certain criteria. This research is quantitative research. The data method used a questionnaire. The data analysis technique in this research is using multiple linear regression analysis. The result of the study showed that (1) trust and customer satisfaction has a positive and significant effect simultaneous on customer loyalty. (2) trust has a positive and significant effect partially on customer loyalty. (3) customer satisfaction has a positive and significant effect partially on customer loyalty.

Keywords : *customer loyalty, customer satisfaction, trust*

