

Pengaruh *Brand Trust*, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menilai pengaruh kepercayaan merek, kebahagiaan pelanggan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Shopee. Penurunan kunjungan e-commerce nasional telah menarik perhatian pada betapa pentingnya memahami elemen-elemen yang memengaruhi loyalitas pelanggan Shopee, khususnya di Medan. Kepercayaan merek, kebahagiaan pelanggan, dan kualitas layanan semuanya berdampak pada loyalitas pelanggan Shopee; namun, faktor-faktor ini belum diteliti secara bersamaan dalam konteks e-commerce. Kurangnya penelitian tentang ketiga faktor ini ditunjukkan oleh sejumlah masalah, termasuk produk yang tidak konsisten, hambatan dalam menggunakan kupon gratis ongkir, dan layanan pelanggan yang buruk. Tujuan studi ini adalah untuk menutup kesenjangan ini dan memajukan teknik loyalitas pelanggan Shopee yang sebenarnya serta teori pemasaran. 170 responden yang menggunakan aplikasi Shopee di Medan menjadi sampel untuk studi kuantitatif ini. Untuk memilih sampel penelitian, pendekatan analisis data menggabungkan purposive sampling dengan regresi linier berganda. Studi ini menyimpulkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas produk, citra merek, promosi, dan ulasan. Keputusan pembelian secara bersamaan dipengaruhi oleh kebahagiaan konsumen, kepercayaan merek, dan keunggulan layanan.

Kata Kunci : brand trust, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, keputusan pembelian

The Influence of Brand Trust, Customer Satisfaction, and Service Quality on Shopee Customer Loyalty

ABSTRACT

This study intends to explore and assess the effect of brand trust, customer happiness, and service quality on Shopee customer loyalty. The decrease in national e-commerce visits has brought attention to how crucial it is to comprehend the elements that influence Shopee customer loyalty, especially in Medan. Brand trust, customer happiness, and service quality all have an impact on Shopee customer loyalty; however, these factors have not been examined concurrently in an e-commerce setting. A lack of research on these three factors is indicated by a number of problems, including inconsistent products, barriers to using free shipping coupons, and poor customer service. The purpose of this study was to close this gap and advance both Shopee's actual customer loyalty techniques and marketing theory. 170 respondents who use the Shopee app in Medan made up the sample for this quantitative study. To choose the study sample, the data analysis approach combined purposive sampling with multiple linear regression. This study concludes that purchase decisions are positively and significantly impacted by product quality, brand image, promotions, and reviews. Purchase decisions are simultaneously influenced by consumer happiness, brand trust, and service excellence.

Keywords: *product quality, brand image, promotion, reviews, purchasing decisions*