

ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MARKETPLACE SHOPEE

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan melihat analisis pengaruh Brand Awareness, Harga dan Kualitas Produk terhadap loyalitas pelanggan pada Marketplace Shopee. Dalam data e-commerce terbesar di Indonesia, Shopee menempati urutan pertama dengan 2.35 Miliar kunjungan dalam tahun 2023. Brand Awareness dapat dijadikan acuan sejauh mana sebuah brand dapat dikenal atau terlintas dalam pemikiran pelanggan. Harga juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi calon konsumen menilai suatu produk, jika konsumen merasa harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan manfaat dan value yang diperoleh. Kualitas produk atau barang yang baik cenderung akan meningkatkan kepuasan customer dan membangun reputasi citra positif bagi merek. Dalam penelitian ini, Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif didukung dengan metode berupa kausal komparatif. Kausal komparatif merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah yang berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih yang dikumpulkan setelah terjadi fakta dan peristiwa. Metode pengumpulan data digunakan dengan mengirim kuesioner kepada 97 Mahasiswa Universitas Prima Indonesia, Kesimpulan penelitian ini adalah Brand Awareness, Harga Dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Marketplace Shopee.

Kata Kunci : *Brand Awareness*, Harga, Kualitas Produk, loyalitas pelanggan.

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, PRICE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY ON THE SHOPEE MARKETPLACE

*Management Study Program
Faculty of Economics
Prima Indonesia University*

ABSTRACT

This aims of this research to test and analyzes the influence of Brand Awareness, Price and Product Quality impact on customer loyalty in the Shopee Marketplace. In the largest e-commerce data in Indonesia, Shopee ranks first with 2.35 billion visits in 2023. Brand Awareness refers to the extent to which a brand is known or lives in the minds of customers. Price can also affect the way consumers assess a product, if consumers feel that the offering price is not comparable to the benefits and quality received. Good product or goods quality tends to increase consumer satisfaction and build a positive reputation for the brand. The type of research used in this study is quantitative research with a comparative causal method. Comparative causal is a type of research with problem characteristics in the form of a causal relationship between two or more variables that are collected after facts and events occur. The data collection method used by sending surveys to 97 Prima Indonesia University Students, The conclusion of this study is that Brand Awareness, Price and Product Quality have an effect on customer loyalty in the Shopee Marketplace

Keywords: Brand Awareness, Price, Product Quality, Customer Loyalty.