

ABSTRAK
PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE
(Survey Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)

Muhammad Reza Rifqi
NIM. 141180226
E – mail: mrezarifqi@gmail.com

Pembimbing I : Dr. Haddy Suprpto, M.S
Pembimbing II: Drs. Hadi Oetomo , M.M

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan shopee. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta angkatan 2018, 2019, dan 2020. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik survey, dimana metode survey sendiri adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan kepada responden, sampel yang digunakan peneliti adalah 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan metode analisis regresi linier berganda melalui alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 25. Hasil Penelitian ini adalah (1) Promosi Penjualan dan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh secara bersama sama dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan; (2) Promosi penjualan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan; (3) Kepercayaan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Promosi penjualan, Kepercayaan pelanggan, Loyalitas Pelanggan