

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang pengaruh kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap tingkat loyalitas dalam menggunakan TikTok Shop sebagai media berbelanja. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebesar 90 responden yang aktif berbelanja di TikTok Shop. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner melalui bantuan google form yang diolah melalui SPSS versi 27 dan Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Maka tiktok shop ini disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk memperkuat sistem keamanan transaksi serta membangun komunikasi interaktif dengan konsumen guna meningkatkan kepercayaan dan kepuasan yang pada akhirnya berdampak positif terhadap loyalitas pengguna tiktok shop secara keseluruhan.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas.

ABSTRACT

This study is the result of quantitative research that aims to answer questions about the influence of consumer trust and satisfaction on the level of loyalty in using TikTok Shop as a shopping medium. The research methodology used is quantitative research and the sampling technique uses the purposive sampling method with a sample size of 90 respondents who actively shop at TikTok Shop. The data collection technique uses a questionnaire through the help of a google form processed through SPSS version 27 and the data analysis technique uses multiple linear regression to measure the influence of each independent variable on the dependent variable. The results of this study indicate that consumer trust and satisfaction have a positive and significant effect on loyalty. So this tiktok shop is advised to continue to improve the quality of service to strengthen the transaction security system and build interactive communication with consumers in order to increase trust and satisfaction which ultimately has a positive impact on the loyalty of tiktok shop users as a whole.

Keywords: *Trust, Consumer Satisfaction, loyalty*