

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, promosi, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen blibli.com. Desain penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal untuk mengetahui hubungan antar variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik non probability sampling. Responden dalam penelitian ini sebanyak 130 responden dengan menggunakan SPSS versi 26. Metode penarikan sampel menggunakan Purposive Sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen penelitian melalui kuesioner. Hasil penelitian yang telah didapatkan setelah melakukan pengujian Model Uji Hipotesis menunjukkan menunjukkan bahwa variable kepercayaan, promosi, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Kepercayaan, Promosi, Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of trust, promotion, and product quality on consumer loyalty blibli.com. The research design used quantitative research methods with a causal approach to determine the relationship between variables, both independent and dependent variables. The sampling technique in this study used a non probability sampling technique. Respondents in this study were 130 respondents using SPSS version 26. The sampling method used purposive sampling. Methods of data collection using a survey method with research instruments through a questionnaire. The research results that have been obtained after testing the Hypothesis Testing Model show that the variables of trust, promotion, and product quality have a positive and significant effect on consumer loyalty.

Keywords: Trust, Promotion, Product Quality and Consumer Loyalty

