

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus pada Pengguna *Marketplace* Shopee di Jombang)**

ABSTRAK

Oleh :

Lanina Novita Putry

1761084

Dosen Pembimbing :

Dr. Siti Zuhroh, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh promosi penjualan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna *marketplace* shopee di Jombang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasinya adalah pengguna *marketplace* shopee di Jombang dengan sampel penelitian sebanyak 100 orang, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier Berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien determinasi. Data diolah menggunakan SPSS 2.0. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu diperoleh hasil bahwa promosi penjualan memiliki pengaruh yang paling besar. Maka *marketplace* shopee perlu terus mempertahankan promosi penjualan agar dapat membuat konsumennya tetap loyal dan mampu bersaing dengan *marketplace* lain.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Kepercayaan Merek, Loyalitas Pelanggan