PENGARUH PRMOSI GRATIS ONGKIR DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MARKETPLACE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN ANGKATAN 2022 UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG

Darius Anugrah[1], Cakti Indra Gunawan[2], Fendiyatmi Kusufa[3]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang
E-mail: dariusangrh@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangannya teknologi digital mendorong pertumbuhannya e-commerce di Indonesia, termasuk Shopee yang jadi platform belanja online populer di kalangan mahasiswa. Dalam bertahan di dunia e-commerce saat ini, di mana persaingan semakin ketat, perusahaan perlu mencari cara untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Loyalitas mahasiswa terhadap Shopee dapat dipahami dengan lebih baik dengan melihat bagaimana kampanye pengiriman gratis dan kepercayaan konsumen memengaruhi hal tersebut. Metodologi studi dipakai yakni pendekatannya kuantitatif dengan teknik penghimpunan data dengan menyebarkan kuesioner pada partisipan mahasiswa. Analisa data dilaksanakan memakai uji regresi linier berganda guna melihat pengaruh tiap variable independent pada variable dependent. Temuan memperlihatkan promosi gratis ongkir dan kepercayaan pelanggan ada pengaruh positif signifikan pada loyalitas pelanggan, baik secara parsial serta bersamaan. Kepercayaan pelanggan jadi variable mempunyai pengaruh paling dominan pada peningkatan loyalitas. Temuan ini memperlihatkan bahwa strategi promosi yang tepat serta peningkatannya kepercayaan pelanggan sangat esensial pada mempertahankan loyalitas pelanggan pada platform E-commerce.
Kata Kunci: Promosi Gratis Ongkir, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, E-commerce, Shopee.

Kata Kunci : Promosi Gratis Ongkir, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, E-commerce, Shopee

PENGARUH PROMOSI GRATIS ONGKIR DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN ANGKATAN 2022 UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG

Darius Anugrah[1], Cakti Indra Gunawan[2], Fendiyatmi Kusufa[3]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang
E-mail: dariusangrh@gmail.com

ABSTRACT

Shopee, which has exploded in popularity among Indonesian university students, is just one example of how e-commerce has benefited from technological advancements in the country. Businesses in today's cutthroat e-commerce market need to master client acquisition and retention strategies if they want to stay afloat. Examining the impact of free shipping promotions and customer trust on student loyalty to Shopee may provide light on this matter. Using data gathering strategies such as questionnaire distribution to student participants, the research methodology adopted a quantitative approach. The impact of each independent variable on the dependent variable was investigated via data analysis using multiple linear regression. According to the results, there is a partial and simultaneous beneficial impact of customer trust and free shipping promotions on customer loyalty. When it comes to factors that affect customer loyalty, trust is king. Based on these results, it's clear that e-commerce platforms can't succeed without effective advertising methods and higher levels of consumer trust.

Keywords: Free Shipping Promotion, Customer Trust, Customer Loyalty, E-commerce, Shopee.