

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS

(Survei pada Konsumen *Online Male.id*)

Oleh

Abdul Aziz

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya pada loyalitas pada konsumen *online Male.id*. Jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Male.id*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sampel 400 responden. Data tersebut diperoleh dari kuesioner menggunakan skala likert. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menjelaskan kepercayaan, keamanan, persepsi harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen serta kepercayaan, keamanan, persepsi harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Dukungan lebih lanjut diperlukan untuk dapat memahami perilaku konsumen dalam melakukan transaksi *online*. Faktor kepercayaan dan keamanan menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam bertransaksi *online*, serta perlu adanya kesesuaian harga dengan kualitas produk dalam membentuk kepuasan konsumen dan loyalitas.

Kata Kunci : Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas.

ABSTRACT

THE EFFECT OF TRUST, SECURITY, PRICE, AND PRODUCT QUALITY ON LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION (Survey at Online Customer of Male.id)

By

Abdul Aziz

This research was aimed to find out the effect of trust, security, price, and product quality on loyalty through customer satisfaction to online customer of Male.id. This research applies the explanatory type with quantitative approach. The population in this study were customer of Male.id. The sampling technique in this study is purposive sampling with a sample of 400 respondents. The data were obtained from questionnaire through likert scale. Analysis of this research data using path analysis. Based on the results of the research and data analysis, trust, security, price, product quality has significant effect on the variable of customer satisfaction level, and trust, security, price, product quality, and customer satisfaction has significant effect on the variable of loyalty. Further support is needed to be able to understand consumer behavior in conducting online transactions. Trust and security factors become the biggest factors that influence customer satisfaction in online transactions, as well as the suitability of prices with product quality in shaping customer satisfaction and loyalty.

Keywords : ***Trust, Security, Price, Product Quality, Customer Satisfaction, Loyalty.***