

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DISKON, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI *MARKETPLACE* TIKTOK SHOP DI KALANGAN SISWA KELAS XII JURUSAN IPS SMA N 1 TANJUNG BINTANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN

Oleh

SEVIA DITA PRATIWI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan e-commerce berbasis media sosial yang berkembang pesat dan menjadikan TikTok Shop sebagai salah satu platform yang populer di kalangan pelajar. Namun, loyalitas pelanggan di kalangan pengguna remaja masih menjadi tantangan, terutama disebabkan oleh faktor kualitas pelayanan, persepsi harga, dan ketidaksesuaian produk serta rasa puas pada diri pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga diskon, kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Marketplace* TikTok Shop di kalangan siswa kelas XII IPS SMA Negeri 1 Tanjung Bintang, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis jalur.

Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 122 responden yang diperoleh menggunakan rumus *slovin*, dengan kuesioner, wawancara dan dokumentasi sebagai teknik dalam mengumpulkan data serta menggunakan teknik *probability sampling* dan menggunakan jenis *simple random sampling* sebagai teknik sampling.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh simultan Harga Diskon, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: Harga Diskon, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Persepsi Harga

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF DISCOUNT PRICES, PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY OF TIKTOK SHOP MARKETPLACE USERS AMONG 12TH GRADE STUDENTS OF SOCIAL SCIENCE MAJOR AT SMA N 1 TANJUNG BINTANG THROUGH CUSTOMER SATISFACTION

BY

SEVIA DITA PRATIWI

This research is motivated by the rapid development of social media-based e-commerce and has made TikTok Shop one of the popular platforms among students. However, customer loyalty among teenage users remains a challenge, mainly due to factors such as service quality, price perception, product mismatches, and the level of customer satisfaction. The purpose of this study was to analyze the effect of discount prices, product quality, price perceptions, and service quality on customer loyalty of TikTok Shop Marketplace application users among 12th social studies class students of SMA Negeri 1 Tanjung Bintang, with customer satisfaction as an intervening variable. This study uses a quantitative approach with path analysis techniques. Data were collected through a questionnaire with a sample size of 122 respondents obtained using the Slovin formula, with questionnaires, interviews and documentation as techniques in collecting data and using probability sampling techniques and using simple random sampling as a sampling technique. The results of the analysis show that simultaneously there is an influence of discount price, product quality, price perception, service quality, and customer satisfaction on customer loyalty.

Keywords: Discount Prices, Customer Satisfaction, Service Quality, Product Quality, Customer Loyalt, Price Perception