# ABSTRAK

Florine Alexndra / 22150253 / 2019 / Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen *E-commerce* Shopee / Pembimbing Drs, Brastoro, M.M.

Teknologi yang semakin canggih menghadirkan berbagai kemudahan baik dalam transportasi, informasi, edukasi, hingga kemudian berbelanja. Transaksi jual beli barang dan jasa tidak lagi harus terjadi secara fisik, tetapi juga bisa terjadi di dunia maya. Perilaku bisnis dapat memanfaatkan internet untuk menjangkau konsumennya. Kegiatan berbisnis yang memanfaatkan teknologi inilah yang disebut sebagai e-commerce. Dengan adanya e-commerce, setiap orang bisa melaksanakan transaksi penjualan maupun pembelian kapanpun dan dimanapun. E-commerce yang ada saat ini sangat memudahkan kita untuk memenuhi kebutuhan kita. Tak dipungkiri berbelanja via online sudah menjadi pilihan utama bagi masyarakat.

Citra merek dan kepercayaan merek merupakan suatu kesan keseluruhan atas performa kinerja yang diberikan oleh Shopee. Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel utama yaitu citra merek, kepercayaan merek dan loyalitas konsumen.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepercayaan merek Shopee terhadap loyalitas konsumen *E-commerce* Shopee. Populasi penelitian ini diambil sebanyak 137 responden. Sedangkan sampel terkumpul sebanyak 119 responden yang pernah berbelanja di Shopee dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Judgement Sampling*. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil analisis regresi berganda.

Hasil dalam penelitian ini menunjukan bahwa citra merek dan kepercayaan merek memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen *E-commerce* Shopee. Dari penelitian menunjukan bahwa citra merek berpengaruh positif tidak signifikan dan kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kepercayaan merek yang diberikan akan semakin meningkat loyalitas konsumen Shopee. Sedangkan citra merek berpengaruh positif tidak signifikan tidak adanya hubungan terhadap loyalitas konsumen karena sifat *e-commerce* Shopee sebagai tempat untuk jual beli suatu produk yang memiliki berbagai macam merek dan Shopee tidak memiliki produk merek sendiri.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel citra merek dan kepercayaan merek terbukti mempengaruhi loyalitas konsumen sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Konsumen.