

ABSTRAK

Pengaruh Social Media Usage terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan & Kepercayaan Merek sebagai Mediasi Selama Pandemi Covid-19 di Kota Padang (Studi Pada Instagram Wardah).

Oleh: Meisyitah Dwi Nugraha

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh social media usage terhadap Kepuasan Pelanggan pada produk wardah. (2) Pengaruh social media usage terhadap Brand Trust pada produk wardah. (3) Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty produk wardah. (4) Pengaruh Brand Trust terhadap loyalitas pelanggan terhadap produk wardah. (5) Pengaruh social media usage terhadap Customer Loyalty produk wardah. (6) Pengaruh social media usage terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. (7) Pengaruh social media usage terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan merek sebagai mediasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut Instagram @wardahbeauty dan sampel pada penelitian ini adalah pengguna produk wardah dengan minimal pembelian satu kali. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 131 responden. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran online kuesioner dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) social media usage memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) social media usage memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Brand Trust. (3) Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. (4) Brand Trust memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty. (5) Social media usage tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Customer Loyalty. (6) Social media usage memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi. (7) Social media usage memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan merek sebagai mediasi.

Kata kunci: SOCIAL MEDIA, KEPUASAAN PELANGGAN, MEREK, LOYALITAS PELANGGAN