

ABSTRAK

Melly Banu Stadiari, 1820210183. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Produk Fashion di Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus).”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen produk fashion di marketplace tokopedia pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Ekonomi Syariah semester 2,4,6,dan 8. Variabel penelitian ini adalah kepercayaan, promosi, dan kualitas pelayanan. Model dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji F, serta uji R^2 untuk menjawab permasalahan pada penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, 2) Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, 3) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, 4) Kepercayaan, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: *Kepercayaan, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Konsumen*