

**PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI KASUS *ONLINE STORE* TIKTOK SHOP  
PADA MASYARAKAT KOTA BANDAR LAMPUNG**

**ABSTRAK**

Oleh :

Cindy Loreta Atmarini

18411127

Penelitian ini untuk menguji Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang (Studi kasus Online Store Tiktok Shop pada masyarakat kota Bandar Lampung). Populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan Tiktok Shop pada masyarakat kota Bandar Lampung dan sampel menggunakan Metode *Purposive Sampling* dimana merupakan pengambilan sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif dan mempunyai ciri-ciri yang spesifik. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 pengguna Tiktok Shop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang online store Tiktok Shop pada masyarakat Kota Bandar Lampung. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan, secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang online store Tiktok Shop pada masyarakat Kota Bandar Lampung, Sedangkan berdasarkan pada koefisien determinasi ( $R^2$ ) bahwa Kepuasan (X1), Kepercayaan (X2), Loyalitas Pelanggan (X3) secara simultan terhadap minat beli ulang (Y) adalah menunjukkan angka Adjusted R Square dengan nilai 0,664. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien korelasi yaitu kuat yang diartikan bahwa variabel independent dapat memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan oleh variabel independen (Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan) untuk memprediksi variabel dependen (Minat Beli Ulang)

**Kata kunci :** Kepuasan pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Minat Beli Ulang pelanggan Tiktok Shop masyarakat kota Bandar Lampung