

ABSTRAK

Kesetiaan menjadi salah satu isu penting dalam bisnis online karena mudahnya bagi pelanggan untuk membandingkan setiap merek yang ada. Kemudahan tersebut membuat kesetiaan pelanggan menjadi rendah dalam konteks toko online. Penting bagi suatu merek untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat menciptakan kesetiaan pelanggan, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai yang dipersepsikan pelanggan dan kepuasan pelanggan pada keterikatan dan kesetiaan pelanggan merek lokal Clarynthelabel. Data penelitian ini diambil dari 270 responden yang telah mengisi kuesioner secara daring. Selanjutnya data diolah menggunakan aplikasi SmartPLS dan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan nilai yang dipersepsikan pelanggan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan, nilai yang dipersepsikan pelanggan berpengaruh positif pada keterikatan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif pada keterikatan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif pada kesetiaan pelanggan, dan keterikatan pelanggan berpengaruh positif pada kesetiaan pelanggan.

Kata kunci: Nilai yang dipersepsikan pelanggan, kepuasan pelanggan, keterikatan pelanggan, kesetiaan pelanggan

ABSTRACT

Loyalty is one of the important issues in online business because it is easy for customers to compare each brand. This convenience makes customer loyalty low in the context of an online store. It is important for a brand to know what factors can create customer loyalty, so this study aims to analyze the effect of customer perceived value and customer satisfaction on customer engagement and loyalty of the local brand, Clarynthelabel. The data of this study were taken from 270 respondents who had filled out the online questionnaire. Furthermore, the data is processed using the SmartPLS and SPSS applications. The results showed that customer perceived value had a positive effect on customer satisfaction, customer perceived value had a positive effect on customer engagement, customer satisfaction had a positive effect on customer engagement, customer satisfaction had a positive effect on customer loyalty, and customer engagement had a positive effect on customer loyalty.

Keywords: Customer perceived value, customer satisfaction, customer engagement, customer loyalty.