

ABSTRAK

Ainun Kholilah, NIM. 3402220236. “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk *Fashion* di TikTok Shop (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2022)”. Dibawah bimbingan Ibu Dr. Elin Herlina, S. Pd., M.M (Pembimbing I) dan Bapak Toto, S.E., M.M (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk *Fashion* di TikTok Shop (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2022). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1]. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk *fashion* di TikTok Shop pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi angkatan 2022?; 2]. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada produk *fashion* di TikTok Shop pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi angkatan 2022?; 3]. Bagaimana pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi angkatan 2022?

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. Pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk *fashion* di TikTok Shop; 2]. Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada produk *fashion* di TikTok Shop; 3]. Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada produk *fashion* di TikTok Shop.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk analisis data yang digunakan adalah Analisis Koefisien Korelasi Sederhana dan Berganda, Analisis Regresi Linear, Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis (Uji T dan Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa 1]. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan besarnya pengaruh 51,1%, dan sisanya 48,9% dipengaruhi faktor lain. 2]. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan besarnya pengaruh 58,0%, dan sisanya 42,0% dipengaruhi faktor lain. 3]. Persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dengan besarnya pengaruh 61,9%, dan sisanya 38,1% dipengaruhi faktor lain.

Diharapkan PT. penjual produk *fashion* di TikTok Shop dapat mempertahankan dan meningkatkan persepsi harga yang baik melalui harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas, memiliki daya saing, dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen. Selain itu, penjual juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya dalam hal kecepatan merepons pelanggan, penanganan keluhan, kejelasan informasi produk, keramahan pelayanan, serta kesesuaian produk dengan deskripsi agar loyalitas pelanggan semakin meningkat.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan