

ABSTRAK

Fitry Amalia, NIM 1820310202, Pengaruh promo gratis ongkir Rp 0, e-service quality, dan content marketing terhadap loyalitas pengguna shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2018). Skripsi, Kudus, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, 2022.

Persaingan yang ketat antar penyedia jasa marketplace mengharuskan shopee untuk meningkatkan strategi promosi serta pelayanan. Namun dalam implementasinya masih diperlukan pembenahan dalam pelayanan online serta penggunaan strategi pemasaran untuk bersaing secara kompetitif untuk menciptakan pelanggan yang loyal terhadap layanan jasa yang diberikan. Dalam penelitian menggunakan 3 variabel independen yaitu promo gratis ongkir Rp 0 (X_1), *e-service quality* (X_2) dan *content marketing* (X_3) dan loyalitas pengguna shopee sebagai variabel dependen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dan menguji promo gratis ongkir Rp 0, *e-service quality*, dan *content marketing* terhadap loyalitas pengguna shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2018. Dengan rumusan masalah (1) apakah promo gratis ongkir Rp 0 berpengaruh terhadap loyalitas pengguna shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018; (2) apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pengguna shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018; (3) apakah *content marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pengguna shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Populasi penelitian ini pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018 yang berjumlah 733 mahasiswa dengan sampel 88 mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan pendekatan *purposive sampling*. Dan teknik analisis data menggunakan program SPSS IBM 21.

Hasil penelitian ini berdasarkan uji t parsial atau individual menyatakan bahwa variabel promo gratis ongkir Rp 0 (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna shopee dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,021 > 1,663$). Variabel *e-service quality* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna shopee dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,035 > 1,663$). Variabel *content marketing* (X_3) berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna shopee dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,913 > 1,663$). Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) variabel independen secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel dependent dengan persentase sebesar 0,625 atau 62,5% dan 37,5% dipengaruhi oleh selain variabel penelitian. Berdasarkan uji F diketahui bahwa pengaruh simultan antara variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependent dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($49,254 > 2,150$).

Kata kunci: Promo Gratis Ongkir Rp 0, E-Service Quality, Content Marketing, Loyalitas Pengguna