

ABSTRAK

Dhanil Prayudy Wibowo (1209240064): “PENGARUH SISTEM LOYALTY DAN PROMOSI PENJUALAN SERTA PEMESANAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI” (Penelitian di Kedai Kopi Kenangan Bandung).

Pada masa modern saat ini, konsumen memiliki kemudahan dalam mencari, membandingkan, dan menilai produk, yang memungkinkan mereka membuat keputusan dengan lebih cepat. Pada perspektif pemasaran melalui media digital (*Digital Marketing*) fenomena ini menunjukkan bahwa perusahaan harus dapat melakukan langkah persuasi secara cepat dan praktis kepada para calon konsumen agar mereka dapat mengambil langkah keputusan pembelian produk kepada produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari unsur-unsur pemasaran dalam aplikasi *Loyalty App* Kopi Kenangan, seperti *Sistem Loyalty*, Promosi Penjualan, dan Pemesanan *Online* terhadap Keputusan Pembelian Kembali.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Data yang digunakan yaitu data sekunder dengan populasi penelitian sebanyak 70 orang dengan teknik pengambilan sampel *Non-Probability Sampling* dengan metode *Convenience Sampling*. Teknik pengambilan data yang digunakan yaitu penyebaran kuisioner untuk data primer dan studi kepustakaan untuk data sekunder. Semua variabel pada penelitian ini dianggap valid karena pada hasil uji validitas, masing-masing variabel melebihi rtabel yaitu 0.1888, kemudian secara hasil uji reliabilitas masing-masing variabel dianggap reliabel karena memiliki nilai cronbach alpha < 0.60 , lalu secara uji parsial dan uji simultan dibuktikan bahwa *Sistem Loyalty*, Promosi Penjualan, dan Pemesanan *Online* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kembali. Hal ini ditunjukkan dengan hasil rumus analisis regresi linear berganda yang menghasilkan $Y = (-2.599) + 0.207X_1 + 0.350X_2 + 0.224X_3$ dan koefisien determinasi sebesar 65%.

Kata Kunci : *Sistem Loyalty*, Promosi Penjualan, Pemesanan *Online*,
Keputusan Pembelian Kembali