

## ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari ditemukannya permasalahan pada menurunnya loyalitas pelanggan Bukalapak, masalah dalam penelitian ini adalah rendahnya loyalitas pelanggan yang disebabkan oleh rendahnya *celebrity endorsement* dan kepercayaan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *celebrity endorsement* dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel yaitu 93 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi lapangan dan kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *celebrity endorsement* dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan. *Celebrity endorsement* dan kepercayaan pelanggan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 63,7%, pengaruh variabel yang dominan adalah *celebrity endorsement* sebesar 40,2%, sedangkan kepercayaan pelanggan sebesar 23,5%.

Kata Kunci : *Celebrity Endorsement*, Kepercayaan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

*This research begins with the discovery of problems in the customer loyalty Bukalapak, the problem in this study is the low customer loyalty caused by the low quality of celebrity endorsement and customer trust.*

*The purpose of this study was to find out how the influence of celebrity endorsement and customer trust to the customer loyalty, either simultaneously or partially. The research method used is descriptive and verifikatif with the number of samples that is 93 respondents. Data collection techniques used is a study field and library. Methods of data analysis used is multiple regression analysis, multiple correlation analysis, and coefficient of determination analysis.*

*The results of this study showed the influence of celebrity endorsement and customer trust to the customer loyalty positively and significantly. Celebrity endorsement and customer trust give effect on customer loyalty equal to 63,7%, influence of the dominant independent variable is celebrity endorsement equal of 40,2%, customer trust equal to 23,5%.*

***Keywords: Celebrity Endorsement, Customer Trust, and Customer Loyalty***