

ABSTRAK

SASILLAH ADZMI WINATA, 21111060

**PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP
CUSTOMER TRUST DI TIKTOKSHOP MELALUI *REVIEW CUSTOMER*
PADA PENGGUNA APLIKASI TIKTOK**

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2025

Kata Kunci : *Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Review Customer, Customer Trust, Tiktokshop*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan (*customer trust*) di TikTok Shop dengan *review customer* sebagai variabel mediasi. Fenomena meningkatnya aktivitas sosial *e-commerce* melalui TikTok Shop mendorong perlunya pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan pelanggan, yang menjadi elemen penting dalam mendukung keputusan pembelian secara daring. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang dibagikan kepada 96 responden yang merupakan pengguna aktif TikTok Shop di Indonesia. Data dianalisis dengan teknik SEM-PLS untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap *review customer* dan *customer trust*. Selain itu, *review customer* terbukti berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap *customer trust*. Temuan ini memberikan kontribusi bagi pelaku bisnis dan pemilik brand di TikTok Shop dalam upaya meningkatkan kualitas layanan, strategi pengelolaan *review*, serta membangun kepercayaan pelanggan secara berkelanjutan.