

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengkaji pengaruh kualitas produk dan pengalaman berbelanja *online* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada produk *sunscreen* Azarine. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura yang pernah membeli produk *sunscreen* Azarine secara *online*. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, 2) pengalaman berbelanja *online* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, 3) kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, 4) pengalaman berbelanja *online* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, 5) kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan,, 6) pengalaman berbelanja *online* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, 7) kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Pengalaman Berbelanja *Online*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of product quality and online shopping experience on customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable for Azarine sunscreen products. The research population comprises all female students of Trunojoyo Madura University who have purchased Azarine sunscreen products online. The sample of this study consisted of 100 respondents selected using a purposive sampling technique. This research employed a quantitative approach with data collected via a questionnaire. The data analysis technique used in this study was Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with the aid of SmartPLS 4.1 software. The results of this study show that 1) product quality affects customer satisfaction, 2) online shopping experience affects customer satisfaction, 3) product quality affects customer loyalty, 4) online shopping experience affects customer loyalty, 5) product quality affects customer loyalty through customer satisfaction, 6) online shopping experience affects customer loyalty through customer satisfaction, and 7) customer satisfaction affects customer loyalty.

Keywords : *Product Quality, Online Shopping Experience, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*