

# **Analisis Pengaruh Quality, Image, Brand Equity, dan Value Terhadap Loyalitas Seller sebagai Salah Satu Partner E-marketplace di Lazada Indonesia**

**Ricky Yusuf Putra Pramana**

---

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari beberapa faktor yaitu *quality*, *image*, *brand equity* dan *value* terhadap loyalitas *seller* sebagai salah satu partner *e-marketplace* di Lazada Indonesia. Sampel diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 82 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan literatur. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; 1). Kualitas *e-marketplace* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas *seller* 2). Citra perusahaan penyedia *e-marketplace* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas *seller* 3). Ekuitas *brand* perusahaan *e-marketplace* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas *seller* 4). Nilai yang dimiliki oleh perusahaan *e-marketplace* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas *seller* 5). Kualitas Pelayanan, citra perusahaan, ekuitas brand dan nilai perusahaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas *seller* sebagai salah satu *partner e-marketplace* di Lazada Indonesia. Loyalitas *seller* sebagai salah satu *partner e-marketplace* di Lazada Indonesia terbukti dipengaruhi oleh keempat variabel yang diteliti yaitu sebesar 74% dan sisanya 26% dipengaruhi oleh faktor atau variabel-variabel lainnya.

Kata Kunci: *Quality, Image, Brand Equity, Value, Loyalitas Seller*

**Analisis Pengaruh Quality, Image, Brand Equity, dan Value  
Terhadap Loyalitas Seller sebagai Salah Satu Partner E-marketplace  
di Lazada Indonesia**

**Ricky Yusuf Putra Pramana**

---

*ABSTRACT*

*This study aims to determine the effect of e-service quality, image, brand equity, and value to seller's loyalty as a partner in Lazada Indonesia e-marketplace. Samples were taken by using purposive sampling method, with the total number of sample is 82 respondents. The technique of collecting data is using questionnaires and literatures. The analytical method that used in this research is multiple regression analysis to determine the effect of independent variables on the dependent variable. The results of this study indicate that; 1). E-service quality does not affect significantly on seller's loyalty. 2). Image has a possitive and significant effect on seller's loyalty. 3). Brand Equity has a possitive and significant effect on seller's loyalty. 4). Value has a possitive and significant effect on seller's loyalty. 5). E-Service quality, value, brand equity, and value jointly has a positive and significant effect on seller's loyalty as a partner in Lazada Indonesia e-marketplace. The seller's loyalty shown to be affected by the independent variables in this study at 74% and 26% is influenced by other factors or variables.*

*Keywords: Quality, Image, Brand Equity, Value, Seller's Loyalty*