

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Kualitas Informasi, Pengalaman Pengguna, dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Mamikos di Purwokerto, dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Mediasi." Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna aplikasi Mamikos, yakni kualitas informasi, pengalaman pengguna, dan kepercayaan terhadap merek. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana kepuasan pengguna bertindak sebagai variabel yang memediasi hubungan antara ketiga faktor tersebut dengan loyalitas. Loyalitas pengguna merupakan hal yang krusial untuk keberlangsungan aplikasi di tengah persaingan era digital, karena tidak hanya mencerminkan kepuasan pengguna tetapi juga menunjukkan kepercayaan terhadap merek serta potensi untuk merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain.

Penelitian ini dilakukan di Purwokerto dengan melibatkan pengguna aktif aplikasi Mamikos sebagai responden. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis Structural Equation Modeling (SEM). Variabel penelitian terdiri dari kualitas informasi, pengalaman pengguna, dan kepercayaan merek sebagai variabel independen; kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi; dan loyalitas pengguna sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi yang akurat dan relevan, pengalaman pengguna yang positif melalui antarmuka yang intuitif, serta kepercayaan terhadap merek yang terbangun dari layanan yang andal dan konsisten, berkontribusi signifikan terhadap peningkatan loyalitas pengguna. Selain itu, kepuasan pengguna terbukti memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan loyalitas. Berdasarkan temuan ini, penelitian memberikan beberapa rekomendasi strategis. Pertama, Mamikos perlu terus memperbarui informasi secara berkala untuk memastikan akurasi dan relevansi. Kedua, desain antarmuka aplikasi harus terus dioptimalkan agar lebih ramah pengguna dan efisien. Ketiga, perusahaan harus memperkuat kepercayaan pengguna dengan menjaga konsistensi layanan, meningkatkan keamanan data, serta memberikan solusi yang cepat melalui layanan pelanggan. Penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan praktis bagi pengembangan aplikasi Mamikos tetapi juga berkontribusi pada literatur akademis mengenai perilaku konsumen digital. Temuan ini relevan untuk membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan membangun hubungan jangka panjang dengan pengguna.

SUMMARY

This study is titled "The Influence of Information Quality, User Experience, and Brand Trust on User Loyalty in the Mamikos Application in Purwokerto, with User Satisfaction as a Mediating Variable." The primary focus of this research is to analyze the factors affecting user loyalty toward the Mamikos application, specifically information quality, user experience, and brand trust. Furthermore, the study explores how user satisfaction acts as a mediating variable in the relationship between these three factors and loyalty. User loyalty is crucial for the sustainability of the application amidst the competition in the digital era, as it not only reflects user satisfaction but also indicates trust in the brand and the potential for users to recommend the application to others.

The study was conducted in Purwokerto, involving active users of the Mamikos application as respondents. The methodology employed a quantitative approach using Structural Equation Modeling (SEM) analysis. The research variables include information quality, user experience, and brand trust as independent variables; user satisfaction as the mediating variable; and user loyalty as the dependent variable. The findings revealed that accurate and relevant information, positive user experiences facilitated by an intuitive interface, and trust in the brand established through reliable and consistent services significantly contribute to increased user loyalty. Moreover, user satisfaction plays a critical role in strengthening the relationship between these variables and loyalty.

Based on these findings, the study offers several strategic recommendations. First, Mamikos should regularly update its information to ensure accuracy and relevance. Second, the application's interface design should be continuously optimized to enhance user-friendliness and efficiency. Third, the company should strengthen user trust by maintaining consistent services, enhancing data security, and providing prompt solutions through customer support. This research not only offers practical insights for the development of the Mamikos application but also contributes to academic literature on digital consumer behavior. These findings are highly relevant for assisting companies in designing more effective marketing strategies and fostering long-term relationships with users.