

## ABSTRAK

Situs jejaring sosial merupakan media sosial berbasis internet dengan fungsi membentuk komunitas *online* dan jaringan sosial digital, dimana salah satunya adalah Facebook. The Body Shop Indonesia merupakan perusahaan kosmetik dengan diferensiasi yang kuat dengan gerakan perubahan positif di masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sikap dan kepuasan terhadap loyalitas penggunaan *social networking sites* pada Facebook *fanpage* The Body Shop Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis jalur dan analisis deskriptif. Sampel diambil dengan metode *non-probability sampling* sebanyak 100 responden. dimana populasinya merupakan anggota dari *fanpage* The Body Shop Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teknik analisis jalur, pengaruh variabel sikap ( $X_1$ ) dan kepuasan ( $X_2$ ) secara bersamaan memiliki nilai sebesar 59,4% terhadap loyalitas ( $Y$ ) dan sisanya 40,6% merupakan pengaruh faktor lain yang variabelnya tidak diteliti. Pengujian kedua variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara parsial terhadap variabel  $Y$  masing-masing memiliki pengaruh sebesar 6,83% dan 52,52%. Kesimpulan penelitian ini adalah sikap dan kepuasan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan, dan variabel sikap berfungsi sebagai faktor pendorong yang tidak memiliki pengaruh langsung secara signifikan.

Kata kunci : Kepuasan, Loyalitas, Sikap, *Social Networking Sites*.

## **ABSTRACT**

Social networking site is an internet based social media that contributes to create online community and digital social network, where one of them is Facebook. The Body Shop is a cosmetic company that has a strong differentiation with a positive movement among society.

The aim of this research is to find the influence of attitude and satisfaction on the social networking sites usage loyalty of Facebook fanpage The Body Shop Indonesia. This research uses quantitative methodology with path analysis and descriptive analysis technique. The sample is taken by using nonprobability sampling with the total of 100 respondents where the population of this research is the member of The Body Shop Indonesia Facebook fanpage.

According to the result of the research using path analysis technique, the sum impact of attitude variable ( $X_1$ ) and satisfaction variable ( $X_2$ ) on loyalty variable ( $Y$ ) is 59,4%, where the rest of 40,6% is the impact of another factors that is not included in the research. The test of both  $X_1$  and  $X_2$  variable partially influence  $Y$  variable with the percentage of 6,83% and 52,52%. The summary of this research is that attitude and satisfaction simultaneously have significant influence on loyalty, and attitude variable functioned as a push factor which doesn't have a significant direct influence.

Keyword : Attitude, Loyalty, Satisfaction, Social Networking Sites