

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Sales Promotion: Trade Promotion* terhadap loyalitas *merchant* Clap. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *Sales Promotion: Trade Promotion* Clap, bagaimana loyalitas *merchant* pada Clap, besarnya pengaruh *Sales Promotion: Trade Promotion* terhadap loyalitas *merchant* Clap.

Variabel independen yaitu *Trade Promotion* dan variabel dependen yaitu Loyalitas *merchant*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 45 *merchant*, yang bergabung dan melakukan transaksi menggunakan Clap. Hasil penyebaran kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diolah dengan bantuan *software SPSS versi 22*.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Sales Promotion: Trade Promotion* Clap menghasilkan nilai rata-rata skor total 76,6% yang berarti masuk dalam kategori cukup tinggi, dan Loyalitas *merchant* menghasilkan nilai rata-rata skor sebesar 68,1% dikategorikan cukup tinggi. *Sales Promotion: Trade Promotion* berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas *merchant* Clap sebesar 27,5%, sedangkan sisanya sebesar 72,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Pada penelitian ini juga diperoleh persamaan regresi linier sederhana yaitu $Y = 1,422 + 0,326X$ artinya jika *Sales Promotion: Trade Promotion* meningkat sebesar 1, maka Loyalitas *merchant* akan bertambah sebesar 0,326.

Kata Kunci: *Sales Promotion, Trade Promotion, Loyalitas*