

ABSTRAK

Pemanfaatan teknologi *Bussiness Intelligence* (BI) menjadi semakin relevan. Bisnis intelijen berkaitan dengan keuntungan pada setiap perusahaan. yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan meningkatkan efisiensi pelaksanaan kerja, hingga pada akhirnya akan menghasilkan peningkatan layanan pelanggan dan kepercayaan yang baik dari pelanggan. *Business Intelligence* (BI) menjadi salah satu solusi untuk kebutuhan perusahaan, terutama dalam menganalisis dan menyediakan akses ke data guna membantu perusahaan dalam mengambil keputusan secara lebih baik sehingga perusahaan tersebut dapat dipercaya dan menjadi langganan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan mengumpulkan data melalui kuesioner, dengan jumlah sampel 250 pada mahasiswa unimal yang menggunakan shopee dan Tokopedia. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), dengan teknik analisis data (Analisis Path dan uji hipotesis (uji determinasi (R^2), uji signifikansi simultan/uji f , dan uji signifikansi parameter individual/uji t). Dengan pengolahan data menggunakan SPSS 25.0. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) pengaruh langsung dan tidak langsung variabel personalisasi, kualitas layanan dan business intelegence terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi shopee sebesar 68 % 2) dan pengaruh langsung dan tidak langsung variabel personalisasi, kualitas layanan dan business intelegence terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi tokopedia sebesar 60%.

Kata Kunci : *Businnes Intelegence*, Loyalitas Pelanggan, Analisis Path

ABSTRACT

The use of Business Intelligence (BI) technology is becoming increasingly relevant. Business intelligence is related to profits in every company. which can be used to improve company performance by increasing the efficiency of work implementation, which will ultimately result in improved customer service and good trust from customers. Business Intelligence (BI) is a solution for company needs, especially in analyzing and providing access to data to help companies make better decisions so that the company can be trusted and become a regular customer. This research uses a quantitative approach, by collecting data through questionnaires, with a sample size of 250 university students who use Shopee and Tokopedia. The analytical method used in this research is using research instrument tests (validity test and reliability test), test classical assumptions (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), with data analysis techniques (Path Analysis and hypothesis testing (determination test (R^2), simultaneous significance test/f test, and individual parameter significance test/t test). With data processing using SPSS 25.0. Based on the research results it shows that

- 1) direct influence and the indirect influence of personalization variables, service quality and business intelligence on customer loyalty in the Shopee application is 68%*
- 2) and the direct and indirect influence of personalization variables, service quality and business intelligence on customer loyalty in the Tokopedia application is 60%.*

Keywords : *Business Intelligence, Customer Loyalty, Path Analysis*