

PENGARUH DISKON, PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN PRODUK PADA *ONLINE SHOP*

(Studi Kasus Konsumen *Online shop Shopee* Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara)

SKRIPSI

**AGISNAWATI
21160000419**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PENGARUH DISKON, PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN PRODUK PADA *ONLINE SHOP*

**(Studi Kasus Konsumen *Online shop Shopee*
Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara)**

SKRIPSI

AGISNAWATI

21160000419



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH DISKON, PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN
PRODUK PADA *ONLINE SHOP*
(Studi Kasus Konsumen *Online shop Shopee*
Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 16 Februari 2021

AGISNAWATI

NPM 21160000419

PERSETUJUAN PEMBIMBING

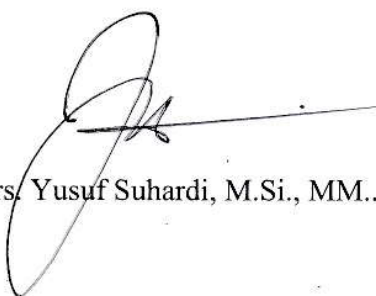
Karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH DISKON, PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN PRODUK PADA *ONLINE SHOP*
(Studi Kasus Konsumen *Online shop Shopee* Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara)

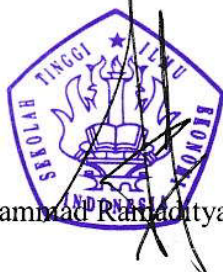
dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 16 Februari 2021

Pembimbing,


Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM..

Kepala Program Studi S-1 Manajemen


Muhammad Ramadhitya, BBA.,M.Sc. #AC 07/2021

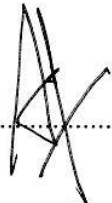

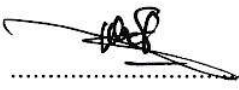
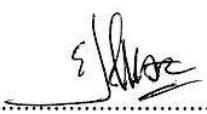
HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH DISKON, PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN PRODUK PADA *ONLINE SHOP*
(Studi Kasus Konsumen *Online shop Shopee* Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara)

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 16 Februari 2021 dengan nilai A-

Panitia Ujian Karya ilmiah

1. ; Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM.
(Pembimbing)
3. ; Dr. Iman S. Suriawinata, MBA
(Anggota Penguji)
4. ; Engkur, S.IP., ME , Dr.
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Ibu Dr. Ir. Diah Pranitasari, MM selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc. selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Pihak Kelurahan Kebon Bawang, Jakarta Utara yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
8. Kedua orang tua dan suami yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman teman angkatan D 2016 (Terutama Hesti Herawati, Achmad Syahroni, Denadia Fermatari, Farhaeny, Yayu Winarsih, Dian Rosdian, dan Anissa Setianingrum) yang telah mendoakan dan memberikan semangat selama ini.
10. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 16 Februari 2021

AGISNAWATI

NPM 21160000419

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AGISNAWATI
NPM : 21160000419
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH DISKON, PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
LOYALITAS PEMBELIAN PRODUK PADA *ONLINE SHOP*
(Studi Kasus Konsumen *Online shop Shopee* Di Kelurahan Kebon Bawang
Jakarta Utara)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 16 Februari 2021

Yang menyatakan,

Agisnawati

Agisnawati
NPM : 21160000419
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM.

**PENGARUH DISKON, PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
LOYALITAS PEMBELIAN PRODUK PADA *ONLINE SHOP*
(Studi Kasus Konsumen *Online shop Shopee* Di Kelurahan Kebon Bawang
Jakarta Utara)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diskon, promosi dan *brand image* terhadap loyalitas pembelian produk pada *online shop Shopee* di Kelurahan Kebon Bawang, Jakarta Utara.

Strategi yang digunakan adalah strategi asosiatif. Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen *online shop Shopee* di Kelurahan Kebon Bawang, Jakarta Utara berjumlah 97 orang. Alat analisis yang digunakan SPSS dengan teknik analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis baik secara parsial dan simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh diskon terhadap loyalitas pembelian produk sebesar 0,6% ; kontribusi pengaruh promosi terhadap loyalitas pembelian produk sebesar 10,7% ; kontribusi pengaruh *brand image* pelanggan terhadap loyalitas pembelian produk sebesar 28,6% ; dan kontribusi pengaruh diskon, promosi, dan *brand image* terhadap loyalitas pembelian produk sebesar 38,8%. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diskon, promosi dan *brand image* terhadap loyalitas pembelian produk pada *online shop Shopee* di Kelurahan Kebon Bawang, Jakarta Utara.

Temuan hasil penelitian ini bermanfaat untuk *online shop Shopee* untuk senantiasa mempertahankan loyalitas pembelian produk.

Kata kunci : Diskon, Promosi, Brand Image, Loyalitas Pembelian Produk.

Agisnawati
NPM : 21160000419
Programme Study S-1 Management

Advisor Lecturer :
Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM.

THE EFFECT OF DISCOUNTS, PROMOTIONS, AND BRAND IMAGE ON LOYALTY OF PRODUCT PURCHASE IN ONLINE SHOP (Case Study of Online Shopee Consumers in Kelurahan Kebon Bawang, North Jakarta)

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of discounts, promotions and brand image on product purchase loyalty at Shopee's online shop in Kebon Bawang Village, North Jakarta.

The strategy used is an associative strategy. The research method used in this research is a survey method, using a questionnaire as a data collection tool. Respondents who were the samples in this study were 97 consumers of the Shopee online shop in Kelurahan Kebon Bawang, North Jakarta. The analytical tool used SPSS with the coefficient of determination analysis techniques and hypothesis testing both partially and simultaneously.

The results showed that the contribution of the effect of discounts on product purchase loyalty was 0.6%; contribution of the influence of promotion to product purchase loyalty by 10.7%; contribution of the influence of customer brand image on product purchase loyalty by 28.6%; and the contribution of the effect of discounts, promotions, and brand image on product purchase loyalty by 38.8%. The results of partial hypothesis testing of discounts, promotions and brand image on product purchase loyalty at Shopee's online shop in Kebon Bawang Village, North Jakarta.

The findings of this study are useful for Shopee's online shop to always maintain product purchase loyalty.

Keywords: *Discount, Promotion, Brand Image, Product Purchase Loyalty.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. <i>Review</i> Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Pemasaran	13
2.2.2. Diskon	14
2.2.3. Promosi	19
2.2.4. <i>Brand image</i>	21
2.2.5. Loyalitas pembelian produk.....	26

	Halaman
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian	29
2.3.1. Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian.....	29
2.3.2. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.....	30
2.3.3. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian.....	30
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian	31
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	32
BAB III METODA PENELITIAN.....	33
3.1. Strategi Penelitian	33
3.2. Populasi dan Sampel	33
3.2.1. Populasi penelitian.....	33
3.2.2. <i>Sampling</i> dan sampel penelitian	34
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	35
3.3.1. Data Penelitian.....	35
3.3.2. Metoda pengumpulan data	36
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	37
3.5. Metoda Analisis Data.....	39
3.5.1. Metoda Pengolahan Data.....	39
3.5.2. Metoda Penyajian Data.....	39
3.5.3. Analisis Statistik Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	45
4.2. Deskripsi Responden.....	46
4.3. Deskripsi Data.....	50
4.3.1. Deskripsi data variabel diskon.....	50
4.3.2. Deskripsi data variabel promosi	51
4.3.3. Deskripsi data variabel <i>brand image</i>	51
4.3.4. Deskripsi data variabel loyalitas pembelian produk <i>online</i>	52

	Halaman
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	53
4.4.1. Uji validitas	53
4.4.2. Uji reliabilitas	54
4.5. Analisis Statistik Data	54
4.5.1. Analisis koefisien determinasi.....	55
4.5.2. Pengujian hipotesis	59
.....	
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1. Simpulan	65
5.2. Saran.....	65
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	66
 DAFTAR REFERENSI	 67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian	37
Tabel 3.2. Variabel, Indikator, dan Sub Indikator Penelitian.....	38
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	53
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	54
Tabel 4.3. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Diskon (X_1) Terhadap Variabel Loyalitas pembelian produk pada <i>online shop Shopee</i> (Y).....	55
Tabel 4.4. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Promosi (X_2) Terhadap Variabel Loyalitas pembelian produk <i>Online</i> (Y)	56
Tabel 4.5. Koefisien Determinasi Parsial Variabel <i>Brand image</i> (X_3) Terhadap Variabel Loyalitas pembelian produk <i>Online</i> (Y)	57
Tabel 4.6. Koefisien Korelasi dan Determinasi Simultan Variabel Diskon (X_1), Variabel Promosi (X_2), Variabel <i>Brand image</i> (X_3) Terhadap Variabel Loyalitas pembelian produk <i>Online</i> (Y)	58
Tabel 4.7. Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Diskon (X_1), Variabel Promosi (X_2), Variabel <i>Brand image</i> (X_3) Terhadap Variabel Loyalitas pembelian produk <i>Online</i> (Y)	59
Tabel 4.8. Matriks Hasil Penelitian	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2. Pendapatan Ecommerce Berdasarkan Jenis Barang.....	2
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	32
Gambar 4.1. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Gambar 4.2. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4.3. Data Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir.....	48
Gambar 4.4. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	48
Gambar 4.5. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Gambar 4.6. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pelanggan.....	50
Gambar 4.7. Diagram Skala Likert Variabel Diskon (X_1).....	50
Gambar 4.8. Diagram Skala Likert Variabel Promosi (X_2).....	51
Gambar 4.9. Diagram Skala Likert Variabel <i>Brand image</i> (X_3).....	52
Gambar 4.10. Diagram Skala Likert Variabel Loyalitas pembelian produk (Y).....	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	70
Lampiran 2. Rekapitulasi Data Variabel Diskon (X_1)	74
Lampiran 3. Rekapitulasi Data Variabel Promosi (X_2)	77
Lampiran 4. Rekapitulasi Data Variabel <i>Brand image</i> (X_3)	80
Lampiran 5. Rekapitulasi Data Variabel Loyalitas pembelian produk (Y)	83
Lampiran 6. Rekapitulasi Data Berpasangan Variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y	86
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Diskon (X_1)	89
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi (X_2)	90
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Brand image</i> (X_3)	91
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas pembelian produk (Y)	92
Lampiran 11. Hasil Output SPSS (Deskripsi Data)	94
Lampiran 12. Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Parsial)	95
Lampiran 13. Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Simultan)	96
Lampiran 14. Foto Dokumentasi	97
Lampiran 15. Surat Riset Penelitian	102
Lampiran 16. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	103