

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN TOKOPEDIA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STEI JAKARTA)**

SKRIPSI

**ARFAN PRATAMA RIZA MUNANDAR PUTRA
21160000317**



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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN TOKOPEDIA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STEI JAKARTA)**

SKRIPSI

**ARFAN PRATAMA RIZA MUNANDAR PUTRA
21160000317**



**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 KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI Jakarta)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) 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 September 2021



ARFAN PRATAMA RIZA M.P

NPM 21160000317

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI Jakarta)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 16 September 2021

Pembimbing,



Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM.

Kepala Program Studi S-1Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc


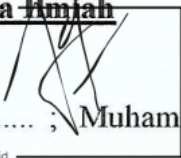
HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul:


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN TOKOPEDIA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

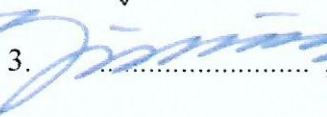
telah diuji dalam suatu sidang Skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 16 September 2021
dengan nilai 81


~~Panitia Ujian Karya Ilmiah~~

1.   ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
design.ipb.ac.id

(Kepala Program Studi Manajemen)

2.  ; Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM.
(Pembimbing)

3.  ; Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Anggota Penguji)

4.  ; Ruland Willy Jack Sumampow, SE, M.Si
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Penulisan karya ilmiah ini merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

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

1. Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam menyusun skripsi ini.
2. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses siding.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku ketua program studi S-1 Manajemen.
5. Para staff STEI yang telah membantu peneliti dalam memperoleh data yang diperlukan dalam skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang tecinta, Ayah Aries Munandar JP dan Mama Santy Hamida serta keluarga tersayangyang selalu mendukung dan mendoakan agar peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Juga kucing saya Astro yang selalu memberi inspirasi.
7. Para sahabat seperjuangan Bayu, Arfiyan, Iki, Dani, Adam, Syahroni, Aldi, Rian, Rio dan Maulana serta teman-teman tersayang dari Warlan dan Wacanayang sudah banyak membantu dan memberi semangat.
8. Saya ucapkan terimakasih kepada guru spiritual (Alpha Clearesta, Gilar Aji, Ibnu M. Siddiq, Akbar Tabah M, dll) yang telah memberikan semangat dan nasihat spiritual.

9. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan dan kerjasamanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 16 September 2021



Arfan Pratama Riza Munandar Putra

NPM 21160000317

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 : Arfan Pratama Riza Munandar Putra
NPM : 21160000317
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 KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI Jakarta)

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 September 2021

Yang menyatakan,



Arfan Pratama Riza Munandar Putra

Arfan Pratama Riza Munandar Putra
NPM : 21160000317
Program Studi S1 Manajemen

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKOPEDIA
(STUDI PADA MAHASISWA STEI JAKARTA)**

ABSTRAK

Penelitian ini baik secara parsial maupun simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Tokopedia pada Mahasiswa STEI Jakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatif. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan *e-commerce* Tokopedia pada Mahasiswa STEI Jakarta. Sampel ditentukan berdasarkan metode *non probability sampling*, dengan teknik sampel menggunakan *simple random sampling*, maka jumlah sampel sebanyak 97 responden yang merupakan pelanggan *e-commerce* Tokopedia pada Mahasiswa STEI Jakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan metode data primer dan sekunder yang diperoleh dari pelanggan *e-commerce* Tokopedia dengan membagikan kuesioner melalui *google form*. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan *software* SPSS 24.00.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial kualitas produk, promosi dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Tokopedia. Sedangkan, secara simultan kualitas produk, promosi dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Tokopedia.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan

Arfan Pratama Riza Munandar Putra NPM : 21160000317 Bachelor of Management	Supervisor : Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM.
--	---

**EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND TRUST ON
CUSTOMER LOYALTY OF TOKOPEDIA
(STUDY ON STEI JAKARTA STUDENTS)**

ABSTRACT

This study, both partially and simultaneously, aims to determine the effect of product quality, promotion, and trust on Tokopedia e-commerce customer loyalty on STEI Jakarta students.

This study uses a quantitative approach with an explanatory design. The population of this study is Tokopedia's e-commerce customers at STEI Jakarta students. The sample was determined based on the non-probability sampling method, with the sample technique using simple random sampling, so the number of samples was 97 respondents who were Tokopedia e-commerce customers at STEI Jakarta students. The data collection technique uses primary and secondary data methods obtained from Tokopedia e-commerce customers by distributing questionnaires via google form. The data analysis method used multiple linear regression with SPSS 24.00 software.

The results of the study prove that partially product quality, promotion and trust have a significant effect on Tokopedia e-commerce customer loyalty. Meanwhile, product quality, promotion and trust simultaneously affect the loyalty of Tokopedia e-commerce customers.

Keywords : Product Quality, Promotion, Trust, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. Pemasaran	10
2.2.2. Kualitas Produk.....	13
2.2.3. Promosi	17
2.2.4. Kepercayaan.....	20
2.2.5. Loyalitas Pelanggan	23
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian	26

2.3.1.	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	26
2.3.2.	Promosi Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	27
2.3.3.	Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.3.4.	Kualitas Produk, Promosi dan Kepercayaan Secara Bersama-Sama Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.4.	Pengembangan Hipotesis Penelitian	29
2.5.	Kerangka Konseptual Penelitian	30
BAB III	METODE PENELITIAN	32
3.1.	Strategi Penelitian	32
3.2.	Populasi dan Sampel	33
3.2.1.	Populasi penelitian	33
3.2.2.	Sampling dan Sampel Penelitian	33
3.3.	Data dan Metoda Pengumpulan Data	34
3.4.	Operasionalisasi Variabel	35
3.5.	Metoda Analisis Data	37
3.5.1.	Uji Validitas	37
3.5.2.	Uji Reliabilitas	38
3.5.3.	Uji Statistik Deskriptif	38
3.5.4.	Uji Asumsi Klasik	39
3.5.5.	Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.5.6.	Analisis Koefisien Determinasi	40
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	42
4.2.	Karakteristik Responden	43
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44

4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Tokopedia.....	45
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Sebulan.....	46
4.3.	Hasil Analisis Data	47
4.3.1.	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	47
4.3.1.1.	Uji Validitas	48
4.3.1.2.	Uji Reliabilitas	49
4.3.2.	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	49
4.3.3.	Hasil Uji Deskriptif Variabel Penelitian	50
4.3.3.1.	Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	50
4.3.3.2.	Deskriptif Variabel Promosi	52
4.3.3.3.	Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	52
4.3.3.4.	Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	53
4.3.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik	54
4.3.4.1.	Uji Normalitas.....	54
4.3.4.2.	Uji Multikolinearitas	55
4.3.4.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.3.5.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	57
4.3.6.	Hasil Uji Hipotesis	58
4.3.6.1.	Uji Hipotesis dengan Uji t.....	58
4.3.6.2.	Uji Hipotesis dengan Uji F	59
4.3.6.3.	Koefisien Determinasi (R^2).....	59
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.4.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	61
4.4.2.	Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	62
4.4.3.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
4.4.4.	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kepercayaan Secara Bersama-Sama Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	64
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	66

5.1. Simpulan	64
5.2. Saran	66
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	67
.....	67
5.3.1. Keterbatasan Penelitian.....	67
5.3.2. Pengembangan Penelitian Selanjutnya	67
DAFTAR REFERENSI	68
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Pengukuran Variabel.....	36
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.3. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	50
Tabel 4.4. Hasil Tanggapan Responden Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.5. Hasil Tanggapan Responden Promosi	52
Tabel 4.6. Hasil Tanggapan Responden Kepercayaan.....	53
Tabel 4.7. Hasil Tanggapan Responden Loyalitas Pelanggan.....	54
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.10. Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.11. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4.12. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	58
Tabel 4.13. Hasil Uji Hipotesis dengan Simultan (Uji F).....	59
Tabel 4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi Ganda	60
Tabel 4.15. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Data Perkembangan Bisnis E-Commerce Di Indonesia.....	2
Gambar 2.1. Proses Manajemen Pemasaran	11
Gambar 2.2. Fungsi Manajemen Pemasaran	12
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Tokopedia	46
Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Sebulan	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Daftar Pertanyaan	72
Lampiran 2. SPSS Output	77
Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	87