

**PENGARUH PROMOSI DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MENGGUNAKAN LAYANAN
JASA OVO**

**(Studi kasus para pengguna layanan Jasa OVO Warga
Perumahan Villa Mutiara Gading 3 Blok D RT 07-08)**

Skripsi

Oleh:

Elvi Azhari

201610325142



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

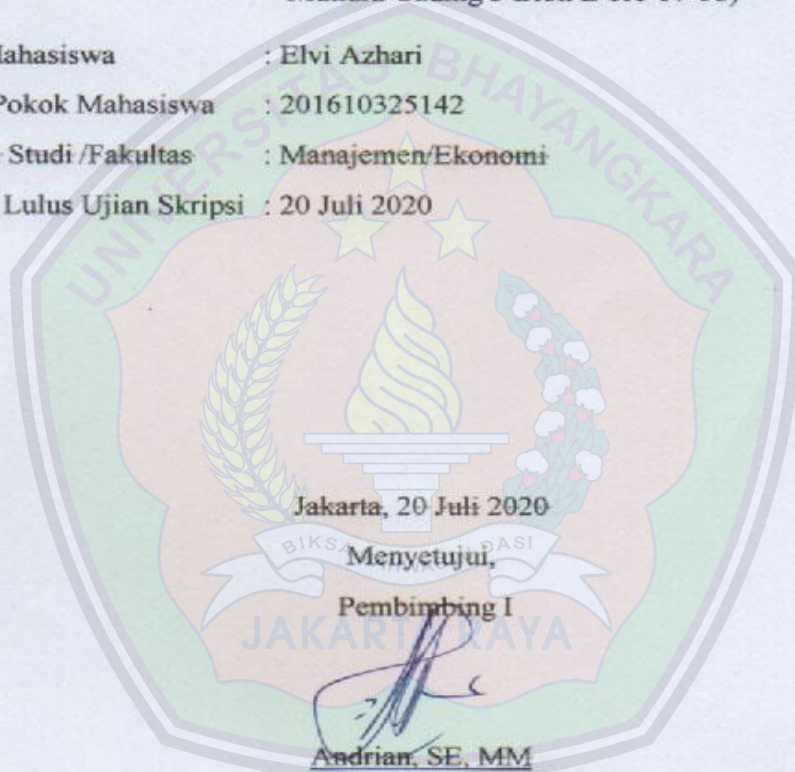
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Layanan Jasa Ovo (Studi Kasus Para Pengguna Layanan Jasa Ovo Warga Perumahan Villa Mutiara Gading 3 Blok D RT 07-08)

Nama Mahasiswa : Elvi Azhari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325142

Program Studi /Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2020



NIDN 0321077102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Bertransaksi
Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan
Layanan Jasa Ovo (Studi Kasus Para Pengguna
Layanan Jasa Ovo Warga Perumahan Villa
Mutiara Gading 3 Blok D RT 07-08)

Nama Mahasiswa : Elvi Azhari
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325142
Program Studi /Fakultas : Manajemen /Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2020

Jakarta, 20 Juli 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIDN 0325057908

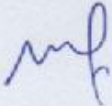
Penguji I : Andrian, S.E., M.M.
NIDN 0321077102

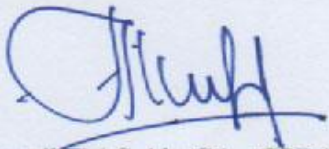
Penguji II : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.
NIDN 0309048102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi


M Fadhli Nursal, S.E., MM
NIDN : 0325057908


Dr. Istianingsih, M.S.Ak, CA., CSRA, CACP
NIDN : 0318107101

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur, penulis ucapkan atas kehadiran ALLAH SWT, atas rahmatnya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul pengaruh” promosi dan kemudahan transaksi terhadap loyalitas pelanggan menggunakan layanan jasa OVO” skripsi ini ditunjukan untuk memenuhi salah satu persyaratan ujian, guna memperoleh gelar sarjana jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas bhayangkara jakarta raya, penulis menyadari skripsi ini tidak akan selesai tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen pol (purn) Dr. Bambang karsono, SH., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Ibu Dr.Istianingsih Sastrodihardjo, M,S,AK, CA, CSRA, CACP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Bapak M. Fadhli Nursal, Se., MM dan Bapak Adi Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom,MBA sebagai Kapala bagian dari sekretaris Dapartemen/ Program Studi S-1 Manjemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Andrian S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing skripsi dan dosen Akademik
5. Orang Tua yang selalu medoakan saat mengerjakan skripsi
6. Teman-teman angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, Khususnya kelas 8-A2 manjemen dan sahabat saya Keluarga Cemara.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, dan banyak kekurangan dalam metode penulisan maupun pembasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan penulis. Sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun sehingga skripsi ini bisa bermanfaat bagi orang lain.

Bekasi, 01 Juli 2020

Penulis

Elvi Azhari
201610325142

ABSTRAK

Elvi Azhari. 201610325142 Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Layanan Jasa Ovo (Studi Kasus Para Pengguna Layanan Jasa Ovo Warga Perumahan Villa Mutiara Gading 3 Blok D RT 07-08).

Peneliti ini tentang seberapa pengaruh promosi dan kemudahan bertransaksi dalam meningkat Loyalitas pelanggan, karna dengan meningkatnya pelanggan dapat menguntungkan perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa pengaruh Variabel (X_1) Promosi dan variabel (X_2) Kemudahan Bertransaksi terhadap (Y) Loyalitas Pelanggan. Data ini diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui *Google form* kepada warga pengguna ovo di Perumahan Villa mutiara gading 3. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna layanan jasa OVO Jumlah dari sampel yang digunakan yaitu sebesar 130 responden, Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif atau data primer. Dalam penelitian ini menggunakan bantuan Program SPSS 24. Berdasarkan perhitungan pada hasil perhitungan koefisien Determinasi (r^2), didapat nilai r Square =0,609 atau 60,9%. Hal ini berarti indikator variabel X (Promosi) dan Variabel X_2 (Kemudan Bertransaksi) berperan dalam mempengaruhi Variabel Y (Loyalitas Pelanggan) sebesar $(100\%-60,9\%=39,1\%)$ dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dalam penelitian.

Kata Kunci : Promosi, Kemudahan Bertransaksi, Loyalitas Pelanggan

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Layanan Jasa Ovo Ovo (Studi Kasus Para Pengguna Layanan Jasa Ovo Warga Perumahan Villa Mutiara Gading 3 Blok D Rt 07-08)

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Juli 2020

buat pernyataan,



Elvi Azhari

201610325142

ABSTRACT.

Elvi Azhari. 20601325142. *The Effect Of Promotion And Traditional Easy Of Customer Loyalty Using Ovo Service Services (Case Study Of Ovo Service Users In Villa Mutiara Gading Residential Housing 3 Block D Rt 07-08).*

This researcher is about how the effect of promotion and ease of transaction in increasing customer loyalty, because with increasing customers can benefit the company. The aim of this research is to find out how much influence (X1) Promotion and (X2) Ease of Transaction on (Y) Customer Loyalty. This data was obtained from the distribution of questionnaires through Google form to residents of ovo users in Mutiara Gading ivory 3 housing. The population in this study was OVO service users. The number of samples used was 130 responses. This research is a type of quantitative research or primary data. In this study using SPSS 24 Program assistance. Based on calculations on the calculation of the coefficient of determination (r^2), r Square value = 0.609 or 60.9% was obtained. This means the indicator variables X (Promotion) and Variable X2 (Kemudahan Transaction) play a role in influencing Variable Y (Customer Loyalty) of $(100\% - 60.9\% = 39.1\%)$ and the rest is influenced by other factors that cannot be research.

Keywords: *Promotion, Ease of Transaction, Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Sistem Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pengertian Promosi.....	8
2.1.1 Tujuan Promosi.....	8
2.1.2 Indikator Promosi	9
2.1.3 Metode Promosi	9
2.1.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	10

2.1.5 Strategi Promosi.....	11
2.2 Pengertian Kemudahan Bertransaksi.....	11
2.2.1 Indikator Kemudahan	12
2.2.1 Dimensi Kemudahan.....	12
2.3 Pengertian Loyalitas Pelanggan	13
2.3.1 Indikator Loyalitas Pelanggan	13
2.3.2 Faktor faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	14
2.3.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	14
2.3.4 Tahap-tahap Loyalitas Pelanggan.....	15
2.3.5 Dimensi Loyalitas Pelanggan	16
2.4 Kerangka Pemikir	17
2.4.1 Hipotesis Pemikiran	18
2.4.2 Hubungan Promosi, Kemudahan bertransaksi dan Loyalitas Pelanggan.....	19
BAB III METODELOGI PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Metode Pengambilan Sampel	24
3.2.1 Populasi Penelitian.....	24
3.2.2 Sampel Penelitian	24
3.3 Teknik Pengumpulan data	25
3.3.1 Kuesioner Atau Angket	25
2.4 Metode Analisis Data	26
3.4.1 Uji Validitas.....	26
3.4.2 Uji Reabilitas	26
3.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.4.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	28

3.4.5 Uji Hipotesis	28
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum OVO.....	30
4.1.1 Sejarah Ovo.....	30
4.1.2 Visi dan Misi Aplikasi ovo atau Pt Visionet Internasional.....	31
4.2 Penyebaran dan Pengumpulan Data	31
4.2.1 Identitas Responden.....	31
4.3 Uji Analisis Data	35
4.3.1 Uji Validasi.....	35
4.3.2 Uji Reabilitas	35
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	36
4.3.4 Uji Analisis Linier Berganda	39
4.3.5 Uji Hipotesis.....	40
BAB V PENUTUP	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Implikasi Manajerial.....	43
5.3 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Kusioner Skala Slikert.....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	34
Tabel 4.4 Uji Validitas.....	35
Tabel 4.5 Reliabilitas	36
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	36
Tabel 4.7 Multikolinieritas.....	37
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
Tabel 4.9 Uji t Parsial.....	40
Tabel 4.10 Uji F Silmultan.....	41
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar peringkat Dompet Elektronik Di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	33
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	34
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas.....	38

