

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELI
*GADGET DI E-COMMERCE TOKOPEDIA***

**(Studi kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

Oleh :

I PUTU DANANJAYA KRISNA

201910325385



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PESETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pembeli Gadget di E-Commerce Tokopedia (Studi kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : I Putu Dananjaya Krisna

Nomor Pokok : 201910325385

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Murti Wijavanti, S.E., Ak., M.M.

NIDN: 0320127504


Agus Dharmanto, S.E., M.M.

NIDN: 0305087310

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembeli Gadget Di E-Commerce Tokopedia (Studi kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : I Putu Dananjaya Krisna

Nomor Pokok : 201910325385

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Ari Sulistyowati, S.E., M.M.

NIDN. 0331078303

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M.

NIDN. 0314118601

Penguji : Dr. Murti Wijayanti, S.E., Ak., M.M.

NIDN. 0320127504

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembeli *Gadget Di E-Commerce Tokopedia* (Studi kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”. 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 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 memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 19 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



I Putu Dananjaya Krisna

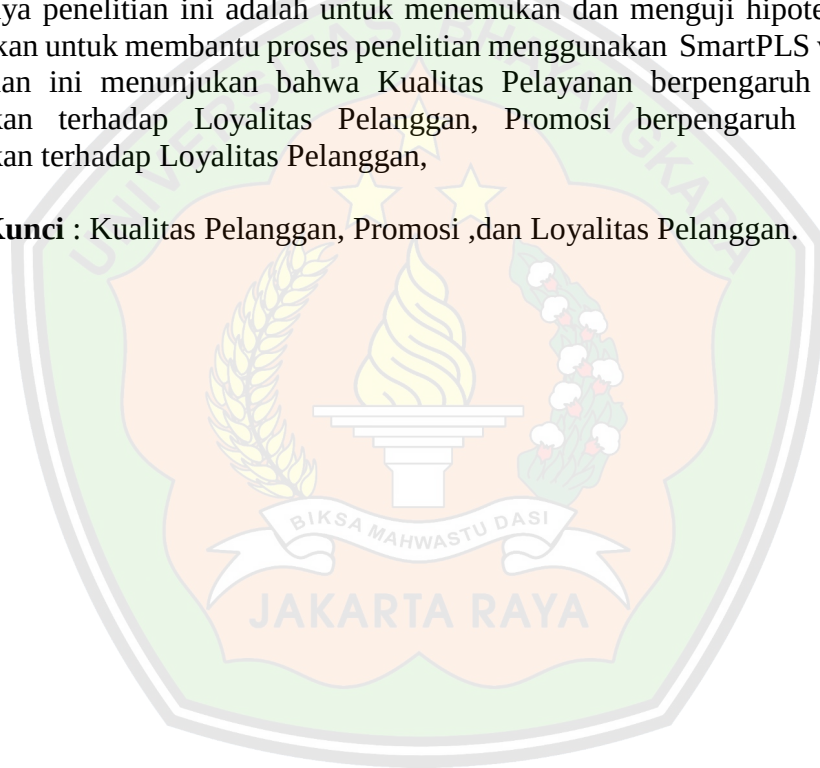
201910325385

ABSTRAK

I Putu Dananjaya Krisna 201910325385. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembeli Di *Gadget E-Commerce* Tokopedia (Studi kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Metode penelitian kuantitatif adalah sebuah pendekatan penelitian yang menggunakan data, dengan fokus pada pengukuran hasil yang objektif dan analisis statistik. Penelitian kuantitatif juga termasuk pertanyaan atau pernyataan yang sudah di sediakan dengan pilihan angka untuk masing- masing skor. Sampel yang digunakan sebanyak 108, tujuannya penelitian ini adalah untuk menemukan dan menguji hipotesis. Alat yang digunakan untuk membantu proses penelitian menggunakan SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Promosi berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan,

Kata Kunci : Kualitas Pelanggan, Promosi ,dan Loyalitas Pelanggan.



ABSTRACT

I Putu Dananjaya Krisna 201910325385. The Influence of Service Quality and Promotion on Customer Loyalty in Tokopedia E-Commerce Gadget Buyers (Case Study on Management Study Program Students, Bhayangkara University, Greater Jakarta).

The quantitative research method is a research approach that uses data, with a focus on objective measurement of results and statistical analysis. Quantitative research also includes questions or statements that have been provided with a choice of numbers for each score. The sample used was 108, the purpose of this study was to find and test hypotheses. The tool used to assist the research process used SmartPLS version 4.0. The results of this study indicate that Service Quality has a direct and significant effect on Customer Loyalty, Promotion has a direct and significant effect on Customer Loyalty.

Keywords: Customer Quality, Promotion, and Customer Loyalty.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan, yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembeli *Gadget* Di *E-Commerce* Tokopedia (Studi kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”**. Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana (S1) di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Peneliti menyadari bahwa skripsi yang disusun masih belum sempurna dan belum dapat dianggap sebagai karya ilmiah yang sebenarnya. Namun, apa yang tertuang dalam skripsi ini merupakan hasil terbaik dari kemampuan penulis. Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

4. Dr. Dewi Sri Woelandari Pantjolo Giningroem, S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang selalu memberikan arahan maupun motivasi kepada penulis selama perkuliahan.
5. Dr. Murti Wijayanti, S.E.Ak.M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Agus Dharmanto, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing II, penulis berterima kasih atas bimbingan, saran, dan semangat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
6. Teruntuk kedua orang tua saya yang selalu mensuport dan memberikan semangat kepada saya dalam setiap aktivitas, kasih sayang dan doa untuk saya setiap saat sehingga saya dapat melewati hari-hari selama menyusun skripsi dengan baik.
7. Teman seperjuangan dalam menyusun skripsi ini, Ananda sefita, Suci Maharani, Syifa Fauziah yang memberikan dukungan yang luar biasa, saling mendukung, membantu dan semangat yang tinggi dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Kepada Siera Seftia Ningrum, terimakasih telah mendukung dan membantu selama menyusun skripsi saya, sampai pada titik akhir kelulusan saya dengan sabar menunggu saya hingga wisuda terimakasih.

Akhir kata penulis berharap Tuhan berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan mendukung penuh saya. Semoga tugas Akhir/ Skripsi ini mambawa banyak manfaat bagi pengembangan ilmu bagi para pembacanya.

Jakarta, 20 Juni 2025

I Putu Dananjaya Krisna

DAFTAR ISI

LEMBAR PESETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Tugas Akhir	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Telaah Teoritis	10
2.1.1. Pemasaran	10
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran	10
2.2 Loyalitas Pelanggan	11
2.2.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	11
2.2.2. Indikator <i>Loyalitas Pelanggan</i>	12
2.3 Kualitas Pelayanan	12
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.3.2. Konsep Kualitas Pelayanan	13

2.3.3. Indikator Kualitas Pelayanan.....	14
2.4 Promosi	15
2.4.1. Pengertian Promosi.....	15
2.4.2. Macam- macam Promosi.....	16
2.4.3. Indikator Promosi	17
2.5 Telaah Empiris	17
2.6 Kerangka Konseptual	21
2.7 Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.1.1. Jenis Penelitian	24
3.1.2. Jenis Sumber Data	24
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1. Populasi	25
3.2.2. Sampel	25
3.3 Operasional Variabel.....	26
3.3.1. Variabel Independen.....	26
3.3.2. Variabel Dependen.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5 Metode Pengumpulan Data	28
3.6 Metode Analisis Data.....	29
3.6.1. Teknik Analisis Data	29
3.6.1. Tahapan Analisis PLS	30
3.6.2.1. Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>) / <i>Outer Model</i>	30
3.6.2.2. Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>) / <i>Inner Model</i>	32
3.6.2.3. Uji Hipotesis.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum.....	35

4.1.1. Profile Perusahaan Tokopedia.....	35
4.1.2. Sejarah Singkat Tokopedia.....	36
4.1.3. Visi dan Misi Tokopedia	37
4.2 Deskripsi Data.....	39
4.2.1. Identitas Responden	39
4.2.2. Usia Responden.....	39
4.3 Hasil Analisis Data.....	41
4.3.1. Skema Model <i>Partial Least Square</i>	41
4.3.2. Uji <i>Outer Model</i>	42
4.3.3. Uji <i>Inner Model</i>	47
4.3.4. Pengujian Uji Hipotesis.....	53
4.4 Pembahasan.....	54
BAB IV PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	57
5.3 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 E-commerce paling banyak dikunjungi tahun 2023.....	1
Gambar 1.2 Data Penjualan Produk Tokopedia Official Store	2
Gambar 1.3 Pra-survey Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.....	4
Gambar 4 1 Logo Tokopedia	35
Gambar 4.2 Inner Model	48



DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Data Pembelian Ulang Gadget.....	3
Tabel 1.3 Hasil Pra-survey Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.....	4
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Responden	39
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Usia Responden	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.4 Frekuensi Pembelian Responden	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Outer Loading.....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	45
Tabel 4.7 Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha	46
Tabel 4.8 Hasil Cross Loading.....	47
Tabel 4.9 Hasil R-Square	50
Tabel 4.10 Hasil F-square	51
Tabel 4.11 Hasil Path Coefficient.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Lembar Kuesioner
Lampiran II	: Data Tabulasi
Lampiran III	: Output Hasil Uji SmartPLS
Lampiran IV	: Uji Referensi
Lampiran V	: Uji Plagiarisme
Lampiran VI	: Daftar Riwayat Hidup

