

**PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOMORO COFFEE
MANGUNJAYA TAMBUN SELATAN**

SKRIPSI

Oleh

Riki Nur Allpiah

(202110325130)



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Sosial Media dan Kualitas
Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada
Tomoro Coffee Mangunjaya Tambun Selatan

Nama Mahasiswa : Riki Nur Allpiah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325130

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2025



Dosen Pembimbing I Dosen Pembimbing II

Supriyanto, S.E., M.M
NIDN: 0020067201

Dr. Murti Wijayanti, S.E., Ak., M.M
NIDN: 0320127504

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Sosial Media dan Kualitas Produk
terhadap Loyalitas Pelanggan pada Tomoro Coffee
Mangunjaya Tambun Selatan

Nama Mahasiswa : Riki Nur Allpiah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325130

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Matdio Siahaan, S.E., M.M
NIDN: 0413047002

Sekretaris Tim Penguji : Haryudi Anas, S.E., M.S.M
NIDN: 0317117801

Penguji : Supriyanto, S.E., M.M
NIDN: 0020067201



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

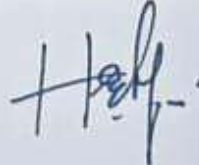


Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Riki Nur Allpiah
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325130
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 04 Maret 2002
Alamat : Papan indah 1 Blok i 32 no 11
Mangunjaya Tambun Selatan kab
Bekasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Promosi Sosial Media dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Tomoro Coffee Mangunjaya Tambun Selatan" Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk 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 mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 30 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Riki Nur Allpiah

202110325130

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal ini yang berjudul “Promosi Melalui Sosial Media dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Coffee Shop Mangunjaya Tomoro Tambun Selatan” guna memenuhi salah satu syarat untuk melanjutkan penelitian tugas akhir. Pada kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini, terutama kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M 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 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Adi Wibowo Noor Fikri, S.M., MBA selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu selama perkuliahan.
5. Supriyanto, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam penyusunan proposal skripsi.
6. Dr. Murti Wijayanti, S.E., Ak., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam penyusunan proposal skripsi.

7. Kedua orang tua penulis Ayah dan ibu orang yang sangat saya banggakan.
Terima kasih atas berkat doa, nasihat dan materil serta kasih sayang diberikan untuk penulis.
8. Teman-teman penulis yang telah membantu khusus nya teman teman “warman” dan “minoritas” yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan, sejalan dengan keterbatasan yang dimiliki. Oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan penelitian di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi peneliti sendiri maupun bagi para pembaca secara umum

Bekasi, 10 April 2025

Riki Nur Allpiah

ABSTRAK

Riki Nur Allpiah, 202110325130. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi sosial media dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Tomoro Coffee Mangunjaya, Tambun Selatan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 105 responden yang merupakan pelanggan Tomoro Coffee. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t-hitung 11,991. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t-hitung 7,541. Secara simultan, promosi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai F-hitung 655,166. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,926 menunjukkan bahwa 92,6% variasi loyalitas pelanggan dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi promosi dan kualitas produk dalam membangun loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Riki Nur Allpiah, 202110325130. *This study aims to determine the influence of social media promotion and product quality on customer loyalty at Tomoro Coffee Mangunjaya, Tambun Selatan. The research method used is quantitative with an associative approach. The sample consisted of 105 respondents who are customers of Tomoro Coffee. Data analysis techniques include validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that social media promotion has a positive and significant effect on customer loyalty, with a t-value of 11.991. Product quality also has a positive and significant effect, with a t-value of 7.541. Simultaneously, social media promotion and product quality significantly affect customer loyalty, with an F-value of 655.166. The coefficient of determination (R^2) is 0.926, indicating that 92.6% of the variation in customer loyalty is explained by the two independent variables. This study highlights the importance of effective promotion and consistent product quality in building customer loyalty.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Masalah	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Telaah Teoritis.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Promosi Media Sosial	9
2.2.1 Pengertian Promosi	9
2.2.2 Indikator Promosi.....	10
2.2.3 Dimensi Promosi.....	10
2.3 Kualitas Produk.....	11

2.3.1	Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.3.2	Indikator Kualitas Produk	12
2.3.3	Dimensi Kualitas Produk	13
2.4	Loyalitas Pelanggan	14
2.4.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	14
2.4.2	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	14
2.4.3	Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	15
2.5	Telaah Empiris	16
2.6	Kerangka Pemikiran.....	23
2.7	Hipotesis Penelitian.....	24
2.7.1	Pengaruh promosi sosial media terhadap loyalitas pelanggan	24
2.7.2	Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan	25
2.7.3	Pengaruh Promosi sosial media dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan	25
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Desain penelitian.....	26
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.2.1	Populasi.....	26
3.2.2	Sampel.....	27
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.3.1	Jenis Data	28
3.3.2	Sumber Data.....	28
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	29
3.4.1	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4.2	Skala Pengukuran.....	30
3.5	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	31
3.5.1	Metode Analisis Data.....	31

3.5.2	Uji Instrumen.....	32
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.5.4	Uji Regresi Linier Berganda	35
3.5.5	Uji Hipotesis.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Gambaran Umum.....	38
4.1.1	Profil Kopi Tomoro.....	38
4.1.2	Logo Tomoro Coffee.....	39
4.2	Deskripsi Data	40
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuisioner.....	41
4.2.2	Karakteristik Responden	41
4.3	Uji Instrumen Penelitian	43
4.3.1	Uji Validitas	43
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	46
4.4.1	Uji Normalitas.....	46
4.4.2	Uji Multikolinieritas	47
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	48
4.5	Uji Regresi Linier Berganda	49
4.6	Uji Hipotesis.....	51
4.6.1	Uji t (Uji Parsial).....	51
4.6.2	Uji F (Uji Simultan)	53
4.6.3	Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	54
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.7.1	Pengaruh Promosi Sosial Media (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	55
4.7.2	Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	56
4.7.3	Pengaruh Promosi Sosial Media (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	57

BAB V PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	59
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	60



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survei.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Devinisi Variabel	29
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	31
Table 4. 1 Uji Validitas Promosi Sosial Media (X1)	44
Table 4. 2 Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	45
Table 4. 3 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	45
Table 4. 4 Hasil Uji Kolmogrov – Smirnov.....	46
Table 4. 5Table Uji Normalitas P-P Plot	47
Table 4. 6 Uji Multikolinieritas.....	48
Table 4. 7 Uji Heteroskedastisitas.....	49
Table 4. 8 Analisis Linier Berganda	50
Table 4. 9 Hasil Uji t (Parsial)	52
Table 4. 10 Uji F (Simultan)	54
Table 4. 11 Koefiensi Determinasi (R^2).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kereangka Pemikiran.....	23
Gambar 4. 1 Produk Tomoro Coffee	39
Gambar 4. 2 Logo Tomoro Coffee.....	40
Gambar 4. 3 Usia Responden.....	42
Gambar 4. 4 Domisili Responden.....	42
Gambar 4. 5 Frekuensi Kunjungan Responden	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuisioner	
Lampiran 2 Tabulasi dan Responden	
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS	
Lampiran 4 Tabel r (koefisiensi korelasi sederhana $df = 1-200$)	
Lampiran 5 Titik Persentase distribusi (t 1-200)	
Lampiran 6 Titik Persentase distribusi (f probabilita 0,05)	
Lampiran 7 Buku Bimbingan.....	
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	

