

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
BLIBLI.COM**

SKRIPSI



Nama : Yuni Triuspita Sari

NIM : 43116310054

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2020

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
BLIBLI.COM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Yuni Triuspita Sari

NIM : 43116310054

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuni Triuspita Sari

NIM : 43116310054

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Agustus 2020



Yuni Triuspita Sari
NIM: 43116310054

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yuni Triuspita Sari
NIM : 43116310054
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN
Tanggal Sidang : 08/08/2020

Disahkan oleh :

Pembimbing



Eri Mariapa, SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1
Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA
09210505



Please Scan
QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji syukur atas nikmat dan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga, penulis dapat mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Blibli.com”**. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh kelulusan mata kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.

Tentunya keberhasilan penyusunan proposal skripsi ini tak lepas dari bimbingan, bantuan dari dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Eri Marlapa, SE., MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan masukan, saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan serta nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerah-nya dan peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, SE, MM. selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Eri Marlapa, S.E, M.M selaku Sekretaris Program Studi S1-Manajemen Universitas Mercu Buana Kampus D Kranggan.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, terima kasih atas curahan ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada peneliti.
6. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral dan juga material yang tiada henti-hentinya kepada peneliti serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
7. Teman-teman di Universitas Mercubuana Jakarta Kampus D Khususnya FEB, yang telah memberikan dukungan, semangat dan doanya.
8. Seluruh konsumen Blibli.com, yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini belum sempurna, karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh sebab itu maka, peneliti selalu berusaha memperbaiki diri dan mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Dan akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada banyak kesalahan dan kelemahan dalam penulisan ini. Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, 17 Juni 2020

Yuni Triuspita Sari

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah ku panjatkan syukur kepada Allah SWT, dgan izin-Nya saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi saya walaupun masih banyak kekurangan dalam penyusunannya. Terimakasih Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya. Yang selalu memberi dukungan dan doa, sehingga skripsi saya ini dapat diselesaikan dengan baik.

Untuk karya yang sederhana ini, maka saya persembahkan untuk ...

- **Mama dan Bapakku tercinta dan tersayang**
Apa yang saya dapatkan hingga hari ini, belum mampu membayar semua kebaikan, keringat, dan juga air mata yang telah kalian curahkan untuk ku. Terima kasih atas segala dukungan kalian, baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini saya persembahkan untuk Mama dan Bapak, sebagai wujud rasa terima kasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggapai cita-cita.
- **Suami Tercinta**
Untuk suamiku, Dwiky Kurnia Brananto terima kasih atas dukunganmu selama ini, terlebih saat melakukan penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah memenuhi semua yang ku butuhkan. Mendukung saat masa sulit ku dan terus menyemangati ku dalam penyusunan skripsi ini.
- **Kakak Tersayang**
Untuk kakakku Marina Putri L. dan Reynaldi Julianto, tiada waktu yang paling berharga dalam hidup selain menghabiskan waktu dengan kalian. Terima kasih untuk bantuan dan semangat dari kalian, semoga awal dari kesuksesan saya ini dapat membanggakan kalian.

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| COVER | i |
| LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | ii |
| ABSTRAK | iii |
| <i>ABSTRACT</i> | iv |
| KATA PENGANTAR | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. <i>LATAR BELAKANG PENELITIAN</i> | 1 |
| B. <i>RUMUSAN MASALAH</i> | 7 |
| C. <i>TUJUAN PENELITIAN</i> | 8 |
| D. <i>KONTRIBUSI PENELITIAN</i> | 8 |
| 1. <i>Kontribusi praktis</i> | 8 |
| 2. <i>Kontribusi Teoritis</i> | 9 |
| BAB II | 10 |
| KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 10 |
| A. <i>KAJIAN TEORITIS</i> | 10 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Manajemen Pemasaran..... | 10 |
| 2. Loyalitas Konsumen..... | 11 |
| 3. Kepercayaan..... | 15 |
| 4. Promosi..... | 18 |
| 5. Kualitas produk..... | 23 |
| <i>B. RERANGKA KONSEPTUAL</i> | 33 |
| <i>C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS</i> | 34 |
| BAB III | 36 |
| METODE PENELITIAN | 36 |
| <i>A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN</i> | 36 |
| <i>B. DESAIN PENELITIAN</i> | 36 |
| <i>C. DEFINISI DAN OPERASIONAL VARIABEL</i> | 37 |
| 1. Definisi Variabel..... | 37 |
| <i>D. SKALA PENGUKURAN VARIABEL</i> | 38 |
| <i>E. POPULASI DAN SAMPEL</i> | 40 |
| 1. Populasi..... | 40 |
| 2. Sampel..... | 40 |
| <i>F. METODE PENGUMPULAN DATA</i> | 42 |
| <i>G. METODE ANALISA DATA</i> | 42 |
| 1. Statistik Deskriptif..... | 43 |
| 2. Uji Kualitas Data..... | 43 |
| BAB IV | 55 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 55 |
| <i>A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</i> | 55 |
| 1. Gambaran Umum Perusahaan..... | 55 |
| 2. Karakteristik Profil Responden..... | 57 |
| <i>B. HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF</i> | 60 |
| 1. Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepercayaan..... | 60 |
| 2. Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi..... | 61 |
| 3. Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk..... | 62 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4. Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen | 62 |
| C. HASIL Uji KUALITAS DATA | 63 |
| 1. Hasil Uji Validitas | 63 |
| 2. Hasil Uji Reliabilitas | 65 |
| D. HASIL Uji ASUMSI KLASIK | 66 |
| 1. Hasil Uji Normalitas..... | 66 |
| 2. Hasil Uji Multikolinearitas..... | 67 |
| 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas | 68 |
| 4. Hasil Uji Linieritas | 69 |
| E. HASIL Uji KESESUAIAN MODEL..... | 70 |
| 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 70 |
| 2. Hasil Uji F (ANOVA) | 71 |
| F. HASIL Uji ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA | 73 |
| G. HASIL Uji HIPOTESIS (UJI t) | 74 |
| H. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN..... | 76 |
| 1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Blibli.com. | 76 |
| 2. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen Blibli.com. | 76 |
| 3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Blibli.com... 76 | 76 |
| BAB V | 78 |
| SIMPULAN DAN SARAN | 78 |
| A. <i>SIMPULAN</i> | 78 |
| B. <i>SARAN</i> | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 81 |
| LAMPIRAN..... | 85 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul | Halaman |
|-------|------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.1 | Tabel Statistik Penggunaan Internet Tahun 2016-2019..... | 2 |
| 1.2 | Tabel TOP Brand Index Situs Jual Beli Online tahun 2019..... | 5 |
| 1.3 | Tabel Pra Survei Kuesioner..... | 6 |
| 2.1 | Tabel Penelitian Terdahulu..... | 28 |
| 3.1 | Tabel Operasionalisasi Variabel..... | 38 |
| 3.2 | Tabel Skor Berdasarkan Skala <i>Likert</i> | 39 |
| 4.1 | Hasil uji karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 56 |
| 4.2 | Hasil uji karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 57 |
| 4.3 | Hasil uji karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 58 |
| 4.4 | Hasil uji karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 58 |
| 4.5 | Hasil uji Statistik Deskriptif Kepercayaan..... | 59 |
| 4.6 | Hasil uji Statistik Deskriptif Promosi..... | 60 |
| 4.7 | Hasil uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk..... | 61 |
| 4.8 | Hasil uji Statistik Deskriptif Loyalitas Konsumen..... | 62 |
| 4.9 | Hasil Uji Validitas Kepercayaan..... | 62 |
| 4.10 | Hasil Uji Validitas Promosi..... | 63 |
| 4.11 | Hasil Uji Validitas Kualitas Produk..... | 63 |
| 4.12 | Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen..... | 64 |
| 4.13 | Hasil Uji Reliabilitas..... | 64 |
| 4.14 | Hasil Uji Multikolinearitas..... | 66 |
| 4.15 | Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 67 |
| 4.16 | Hasil Uji linearitas..... | 68 |
| 4.17 | Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 69 |
| 4.18 | Hasil Uji F ANNOVA..... | 71 |
| 4.19 | Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... | 72 |
| 4.20 | Hasil Uji t..... | 73 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul | Halaman |
|--------|----------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.1 | Pola Perilaku Belanja Bergeser ke Onlie..... | 3 |
| 2.1 | Rerangka konseptual | 35 |
| 4.1 | Hasil Uji Normalitas Loyalitas Konsumen Dengan P-P Plot..... | 65 |
| 4.2 | Hasil Uji Heterosekdastistas Loyalitas Konsumen Dengan Scatterplot..... | 68 |



DAFTAR LAMPIRAN

| Gambar | Judul | Halaman |
|--------|--------------------------------------------------------|---------|
| 1 | Pra Survey Penelitian..... | 86 |
| 2 | Hasil Pra Survey..... | 87 |
| 3 | Kusioner Penelitian..... | 88 |
| 4 | Hasil Kusioner Penelitian..... | 92 |
| 5 | Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden..... | 103 |
| 6 | Hasil Uji Statistik Deskriptif..... | 104 |
| 7 | Hasil Uji Validitas..... | 105 |
| 8 | Hasil Uji Reliabilitas..... | 108 |
| 9 | Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 109 |
| 10 | Hasil Uji Kesesuaian Model..... | 111 |
| 11 | Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Hasil Uji t..... | 112 |

