

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY**

(Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

PILIWATI DWI WAHYUNI

1802010330

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY**

(Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)



SKRIPSI

PILIWATI DWI WAHYUNI

1802010330

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing



M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si

NIK. 2160159




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Piliwati Dwi Wahyuni
NIM : 1802010330
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Promosi, Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dompot Digital ShopeePay (Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

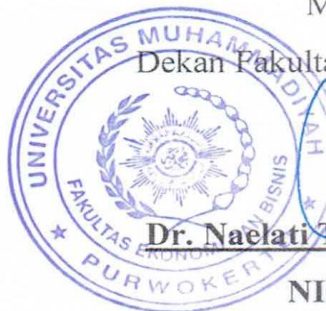
1. Ketua Muchammad Agung Miftahuddin, S.E., M.Si ()
2. Anggota I Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D ()
3. Anggota III Ika Yustina Rahmawati, S.E., M.Sc ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 18 Agustus 2022

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Piliwati Dwi Wahyuni
NIM : 1802010330
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya skripsi ini adalah karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 18 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Piliwati Dwi Wahyuni

NIM 1802010330

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Piliwati Dwi Wahyuni
NIM : 1802010330
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non – Exclusive Royalty – Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY (STUDI PADA MAHASISWA DI
KOTA PURWOKERTO)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 18 Agustus 2022



menyatakan,

Piliwati Dwi Wahyuni

MOTTO

“Rasulullah bersabda : Barangsiapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu,
Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.” (HR. Muslim)

“Barangsiapa mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat
(balasan) nya.” (Q.S Al-Zalzalah: 7)

“Kesulitan dimaksudkan untuk membangkitkan, bukan mengecilkan hati.
Semangat manusia tumbuh kuat melalui sebuah masalah.” (William E. Channing)

“Apa yang paling kita takuti biasanya adalah yang paling perlu kita lakukan.”
(Tim Ferris)

“Tujuan adalah sebuah mimpi dengan tenggat waktu.” (Diana Scharf Hunt)

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai untuk
menjadi hebat.” (Zig Ziglar)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya
sesudah kesulitan itu ada kemudahan.” (Q.S Al-Insyirah: 5-6)

PERSEMBAHAN



Dengan mengucap Basmallah dan syukur, kupersembahkan skripsi ini kepada :

Kedua orang tuaku tercinta (Bapak Jono Suratmo dan Ibu Juminah)

Sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi dan doa yang telah diberikan selama ini.

Terimakasih atas doa yang tak pernah putus dan semangat yang tak ternilai, semoga Allah SWT membalas dan memberkahi segalanya.

Kakak saya tersayang (Slamet Waryanto dan Novia irianti)

Nenekku Terkasih (Nenek Raswi)

Sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa selama ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberi masukan.

5. Herni Justiana Astuti, Ph.D dan Ika Yustina Rahmawati, S.E., M.Sc selaku Dosen Penguji saya yang telah memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. M.Agung Miftahuddin, S.E., M.Si , selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa studi.
7. Bapak/Ibu Dosen, seluruh staff dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
8. Kedua orang tua saya, Bapak Jono Suratmo dan Ibu Juminah yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, dan dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan studi sesuai dengan target dan rencana.
9. Kakak saya tercinta, Slamet Waryanto dan Novia Irianti yang selalu memberikan dukungan dan doa.
10. Nenek saya terkasih, nenek Raswi yang selalu memberikan dukungan dan doa.
11. Dra. Tri Septin Mujirahayu, S.E., M.Si, selaku kepala Labolatorium Kewirausahaan yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelsaikan studi.
12. Teman-teman magang di Labolatorium Kewirausahaan (FebiMart) yang telah membantu dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.
13. Ghanilia Vioni, selaku teman seperbimbingan yang telah banyak membantu dalam proses pengerjaan skripsi, saling berbagi informasi, dan berdiskusi bersama tentang skripsi.

14. Afa Agustina dan Zubaedah Nofita Bela, teman yang telah kebersamai saya dari awal sampai akhir masa perkuliahan, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi selama proses studi.
15. Teman-teman Manajemen Kelas G, teman-teman seperjuangan angkatan 2018 dan teman-teman lainnya serta pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Terimakasih pula pada diri saya sendiri yang sudah berjuang hingga di titik ini, melewati segala macam ujian, tantangan dan kegagalan, serta mampu bertahan, bangkit dan semangat dari awal proses studi hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Purwokerto, 18 Januari 2022

Penulis

Piliwati Dwi Wahyuni

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY**

(Studi pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)

Piliwati Dwi Wahyuni¹, Muchammad Agung Miftahuddin²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

piliwatidwiw@gmail.com¹, muchammadagungm@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh promosi, citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dompet digital ShopeePay. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa tiga perguruan tinggi di Purwokerto. Pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, diperoleh jumlah sampel sebanyak 108 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel promosi, citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan citra merek secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Keywords : *Promotion, Brand Image, Service Quality, Trust and Customer Loyalty*

**THE EFFECT OF PROMOTION, BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY
AND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY OF SHOPEEPAY DIGITAL
WALLET**

(Study On Students In Purwokerto)

Piliwati Dwi Wahyuni¹, Muchammad Agung Miftahuddin²
Faculty of Economic and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
piliwatidwiw@gmail.com¹, muchammadagungm@gmail.com²

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence, promotion, brand image, service quality and trust on ShopeePay digital wallet customer loyalty. The population in this study were students of three universities in Purwokerto. Sample selection using purposive sampling technique. Criteria based on the number of samples obtained as many as 108 respondents. The analysis technique used is descriptive statistics, instrument testing, classical assumption test, multiple regression analysis and hypothesis testing. The result of the study explain that the variables of promotion, brand image, service quality and trust simultaneously affect customer loyalty. Promotion partially positive and significant effect on customer loyalty. Brand image partially has a negative and not significant effect on customer loyalty. Service quality partially has a positive and significant effect on customer loyalty. Trust partially positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords : *Promotion, Brand Image, Service Quality, Trust and Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Pembatasan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Populasi dan Sampel.....	42
C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
D. Variabel Penelitian.....	47

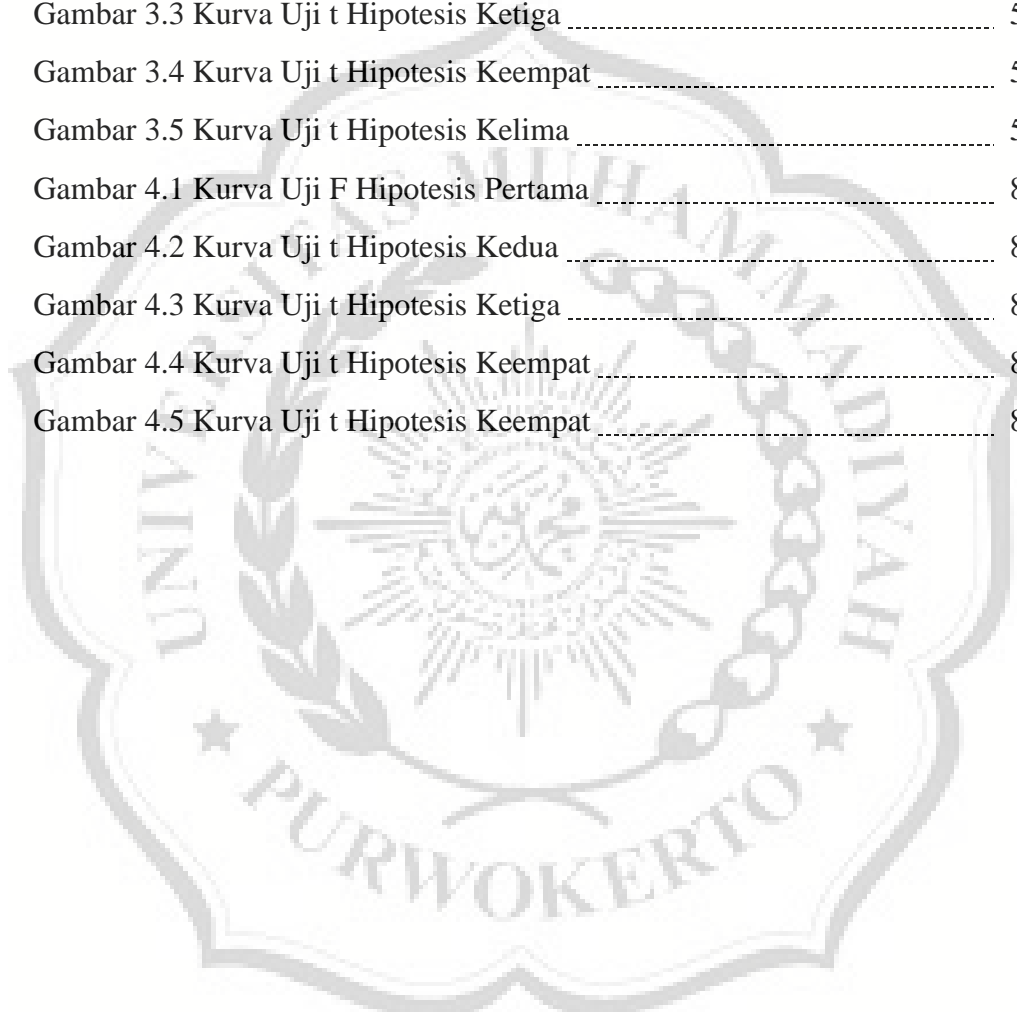
E. Definisi Operasional.....	47
F. Metode Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Hasil Penelitian.....	60
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	60
2. Response Rate.....	61
3. Gambaran Umum Responden.....	62
4. Analisis Statistik Deskriptif.....	67
5. Uji Instrumen Data.....	75
6. Uji Asumsi Klasik.....	78
7. Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
8. Uji Kecocokan Model.....	83
9. Rekapitulasi Hasil Penelitian.....	88
B. Pembahasan.....	89
BAB V PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Keterbatasan.....	97
C. Saran.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Dompot Didital Pengguna Aktif dan Favorit 2021.....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Jumlah Populasi Penduduk Kota Purwokerto 2021.....	44
Tabel 3.2 Rencana Penyebaran Kuesioner.....	45
Tabel 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	48
Tabel 4.1 Response Rate.....	61
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Asal Universitas.....	64
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Fakultas.....	65
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan.....	66
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Transaksi Paling Sering di ShopeePay.....	67
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Promosi (X1).....	69
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Citra Merek (X2).....	71
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Kualitas Pelayanan (X3).....	72
Tabel 4.11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kepercayaan (X4).....	73
Tabel 4.12 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y).....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Promosi (X1).....	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2).....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Kepercayaan.....	77
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	78
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas.....	79
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	81
Tabel 4.22 Hasil Regresi Linear berganda.....	82
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4.24 Hasil Uji F.....	84
Tabel 4.25 Rangkuman Hasil Penelitian.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 3.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	54
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	56
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	57
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	58
Gambar 3.5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima	59
Gambar 4.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	85
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	86
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	87
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	87
Gambar 4.5 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 2 Data Deskripsi Responden.....	112
Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden.....	126
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner	129
Lampiran 5 Analisis Statistik Deskriptif.....	144
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	146
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	151
Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	152
Lampiran 9 r Tabel.....	153
Lampiran 10 F Tabel.....	157
Lampiran 11 t Tabel.....	160
Lampiran 12 Bukti Foto Penyebaran Kuesioner.....	164