

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEEPAY DI  
YOGYAKARTA)**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH:**

**NI KADEK DEWI DAMAYANTI**

**11190676**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Kadek Dewi Damayanti  
NIM : 11190676  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEEPAY DI  
YOGYAKARTA)”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 31 Januari 2023

Yang menyatakan



(Ni Kadek Dewi Damayanti)

NIM.11190676

**HALAMAN PENGAJUAN**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



**DISUSUN OLEH:**

**NI KADEK DEWI DAMAYANTI**

**11190676**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEEPAY DI  
YOGYAKARTA)**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**NI KADEK DEWI DAMAYANTI**

**11190676**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen pada tanggal 24 Januari 2023.

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. **Dra. Purwani Retno Andalas, M.M.** :

(Ketua Tim)

2. **Dr. Andreas Ari Sukoco, S.E., M.M., M.Min.** :

(Dosen Pembimbing)

3. **Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev.** :

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 30 Januari 2023

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi



**Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si**

**Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEEPAY DI  
YOGYAKARTA)”.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 13 Desember 2022



**NI KADEK DEWI DAMAYANTI**

**11190676**

## HALAMAN MOTTO

“Ketika kau melakukan usaha untuk mendekati cita-citamu, di waktu yang bersamaan cita-citamu juga sedang mendekatimu. Alam semesta bekerja seperti itu” (Fiersa Besari)

“Tidak perlu takut. Tunjukkan saja warna-warnimu yang sesungguhnya. Bahkan lukisan terbaik seduniapun mempunyai pembenci dan pengkritik” (Fiersa Besari)

“Hidup adalah serangkaian kebetulan. Kebetulan adalah takdir yang menyamar”  
(Fiersa Besari)

*“Once you stop learning, you start dying”* (Albert Einstein)

*“Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow. The important thing is not to stop questioning”* (Albert Einstein)

*“The only source of knowledge is experience”* (Albert Einstein)

**DUTA WACANA**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Dosen pembimbing saya Dr. Andreas Ari Sukoco, S.E., M.M., M.Min.
2. Keluarga yang selalu mendukung dan selalu mendoakan saya.
3. Pacar kakak saya, kak Krisna yang sudah banyak membantu saya.
4. Keluarga besar sahabat rusuh yang selalu memberi semangat (Jona, Epan, Theo, Jerry, Bryan, Venia, Fani).
5. Teman-teman nongkrong saya yang senantiasa berbagi cerita, keceriaan, dan semangat (Gita, Aldiks).
6. Teman-teman girls barsol yang telah membantu menyebarkan kuesioner (Riska, Tati).
7. Kak Gung Panji, Bang Edo, Kak Abraham, Srivany, Laustar yang telah membantu dalam memberi kritik dan saran.
8. Kekasih saya tercinta yang membantu memberi informasi dan arahan selama proses pengerjaan skripsi ini.
9. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan memberikan arahan selama perkuliahan.
10. *Last but not least, i wanna thank me, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for never quitting.*
11. Semua pihak yang telah membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Shopeepay Di Yogyakarta)”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Starta Satu Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. 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. Andreas Ari Sukoco, S.E., M.M., M.Min., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan tepat waktu.
2. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan memberikan arahan selama perkuliahan.
3. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
4. Sahabat yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan dari awal kuliah hingga sekarang yang saling memberi semangat selama perkuliahan.



6. Semua pihak yang telah membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta,



Ni Kadek Dewi Damayanti



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Batasan Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.2 Pengertian Mediasi.....	9
2.3. Pengertian Judul.....	9
2.3.1. Promosi Penjualan .....	9
2.3.2. Kualitas Pelayanan.....	10
2.3.3. Kepuasan Pelanggan .....	12
2.3.4. Loyalitas Pelanggan.....	13
2.4. Penelitian Terdahulu .....	14
2.5. Model Penelitian .....	18
2.6. Pengembangan Hipotesis.....	18
2.6.1. Hubungan antara promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan. ....	18
2.6.2. Hubungan antara promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan .....	19
2.6.3. Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan .....	19

2.6.4.	Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan .....	20
2.6.5.	Hubungan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. ....	20
2.7.	Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>23</b>
3.1.	Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	23
3.2.	Lokasi Penelitian .....	23
3.3.	Populasi .....	23
3.4.	Sampel .....	24
3.5.	Data dan Jenis Data .....	25
3.6.	Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya .....	25
3.6.1.	Variabel Penelitian.....	26
3.6.2.	Definisi Operasional Variabel .....	26
3.6.3.	Pengukuran Variabel.....	28
3.7.	Metode Analisis Data .....	29
3.7.1.	Analisis Deskriptif .....	29
3.8.	Uji Instrumen Penelitian.....	29
3.8.1.	Uji Validitas .....	29
3.8.2.	Uji Reliabilitas .....	30
3.9.	Uji Statistik .....	30
3.9.1.	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	31
3.9.2.	Analisis Mediasi Menggunakan Sobel Test .....	31
3.9.3.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	32
3.9.4.	Uji Hipotesis .....	32
1.	Uji signifikansi secara Simultan (Uji F) .....	32
2.	Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	33
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>35</b>
4.1.	Profil Responden Penelitian .....	35
4.1.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
4.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	36
4.1.3.	Profil Responden berdasarkan Pengeluaran per bulan.....	37
4.2.	Uji Instrumen Penelitian.....	38
4.2.1.	Uji Validitas .....	38
4.2.2.	Uji Reliabilitas .....	41
4.3.1.	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	43
1.	Regresi Model I.....	43

2. Regresi Model II.....	51
4.4. Pembahasan .....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1. KESIMPULAN .....	64
5.2. SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	67
LAMPIRAN .....	72



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan .....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan .....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	43
Tabel 4.12 Pengujian Hipotesis Secara Simultan Model I.....	44
Tabel 4.13 Uji Pengaruh Individual (uji t) Model I.....	45
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi Model I.....	49
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis Secara Simultan Model II .....	51
Tabel 4.16 Uji Pengaruh Individual (uji t) Model II.....	53
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi Model II.....	57

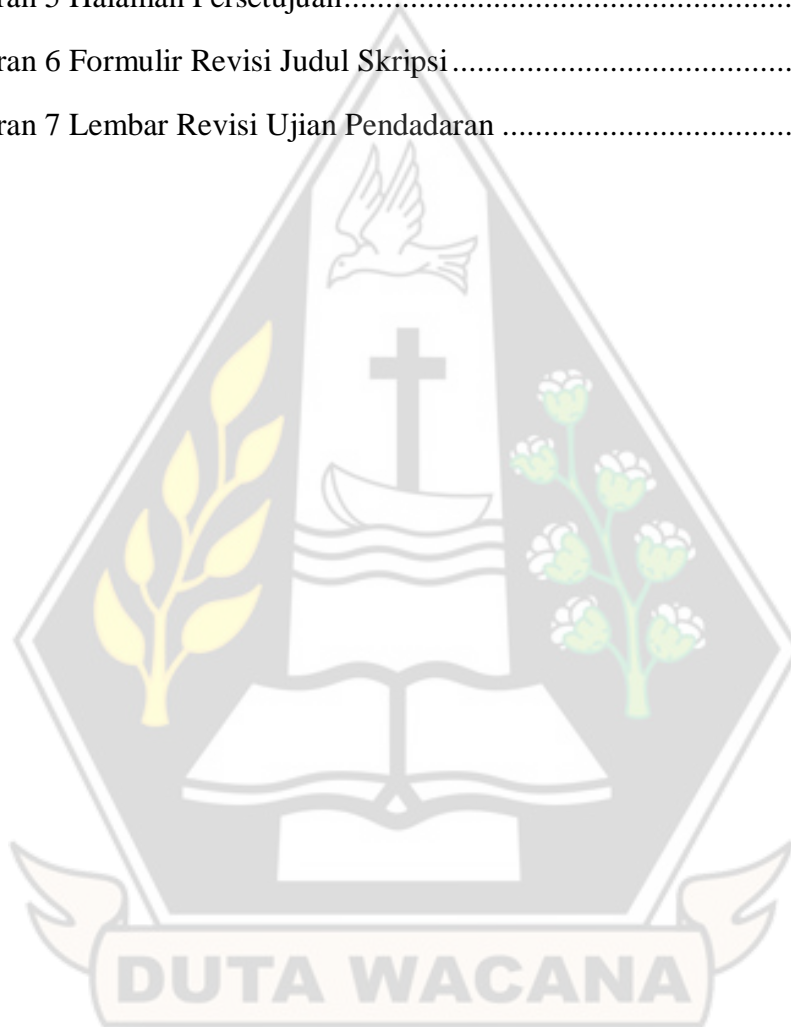
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Dompot Digital Terbanyak.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	18
Gambar 4.1 Diagram jalur model I.....	50
Gambar 4.2 Diagram jalur model II.....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	72
Lampiran 2 Rekap Data Responden (Excel) .....	76
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS 25 .....	87
Lampiran 4 Kartu Konsultasi Skripsi .....	101
Lampiran 5 Halaman Persetujuan.....	103
Lampiran 6 Formulir Revisi Judul Skripsi .....	104
Lampiran 7 Lembar Revisi Ujian Pendadaran .....	105



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEEPAY DI  
YOGYAKARTA)**

**Ni Kadek Dewi Damayanti**

**11190676**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

**[11190676@students.ukdw.ac.id](mailto:11190676@students.ukdw.ac.id)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna ShopeePay di Yogyakarta). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung dan tidak langsung Promosi Penjualan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (studi pada pengguna ShopeePay di Yogyakarta). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deduktif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan SPSS 25. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* yang menggunakan total sampel sebesar 107 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi Penjualan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan.



***THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON  
CUSTOMER LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION  
(STUDY ON SHOPEEPAY USERS IN YOGYAKARTA)***

**Ni Kadek Dewi Damayanti**

**11190676**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

**[11190676@students.ukdw.ac.id](mailto:11190676@students.ukdw.ac.id)**

***ABSTRACT***

*This research is entitled The Influence of Sales Promotion and Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction (Study on ShopeePay Users in Yogyakarta). The purpose of this study is to find out and analyze the direct and indirect influence of Sales Promotion and service quality on customer loyalty through customer satisfaction (study on ShopeePay users in Yogyakarta). The type of research used in this study is deductive research that uses a quantitative approach. The analysis method used is to use path analysis using SPSS 25. While the sample technique used is purposive sampling which uses a total sample of 107 people. The results of this study show that Sales Promotion and service quality have a direct influence on customer loyalty through customer satisfaction among ShopeePay e-wallet users in Yogyakarta.*

*Keywords: Sales Promotion, Quality of Service, Customer Loyalty, and Customer Satisfaction.*

**DUTA WACANA**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

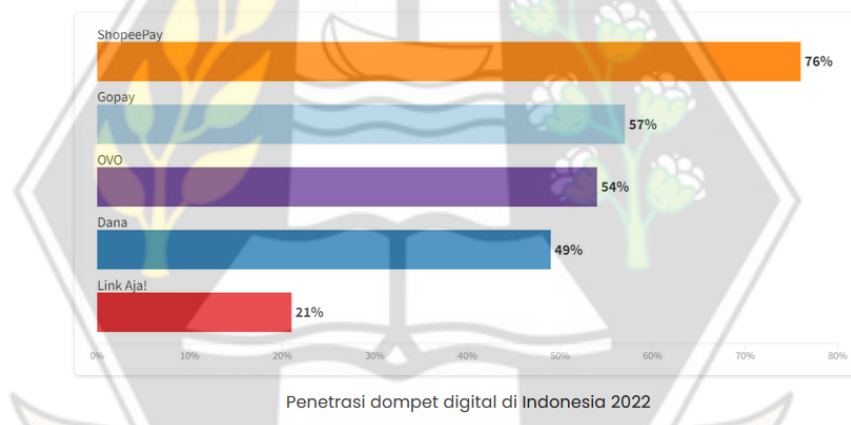
### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan usaha yang sangat pesat saat ini dengan beragam produk dan jasa yang disediakan oleh pasar, menyebabkan perusahaan harus saling bersaing menunjukkan keunggulannya dibandingkan kompetitor agar dapat mempertahankan loyalitas para pelanggannya. Makin tingginya tingkat kompetisi yang dihadapi mau tidak mau memberikan banyak opsi bagi pelanggan dalam menentukan pilihannya atas produk dan jasa yang tersedia. Maka dari itu, para perusahaan harus mengaplikasikan berbagai strategi dan taktik baru agar bisa menghadapi persaingan yang semakin ketat dan mampu merespon secara positif kebutuhan, harapan, dan perilaku pelanggan yang selalu dinamis. Perusahaan sejatinya harus dapat membuat berbagai inovasi dan penyempurnaan terutama berkaitan dengan metode pemasarannya. Para pembisnis di dunia mulai sadar bahwa untuk memperoleh pelanggan baru maka diperlukan biaya yang lebih banyak dibandingkan biaya yang diperlukan untuk mempertahankan pelanggan yang telah ada. Artinya, perusahaan sebaiknya lebih fokus untuk meningkatkan kualitas layanan, strategi Promosi Penjualan yang menarik, dan meningkatkan kepuasan pelanggan serta tidak lupa untuk menjaga kelayakan pelanggan yang sudah ada tersebut.

Di era industri yang serba cepat dan terotomatisasi, penggunaan internet membuat hidup semakin praktis. Hal tersebut membuat segala sesuatu terintegrasi secara online termasuk transaksi ekonomi yaitu pembayaran

menggunakan perangkat pintar yang dikenal dengan *e-wallet*. Seiring berjalan waktu, penggunaan *e-wallet* atau dompet digital meningkat drastis dalam beberapa tahun belakangan ini. Bisa dilihat bahwa dengan adanya perubahan banyak perusahaan berubah ke platform *e-commerce* menjadi menjadi salah satu pertimbangan penggunaan dompet digital semakin meningkat. Pembayaran dengan metode online makin digemari karena kemudahannya (Gokilavani et al., 2018). Dengan *e-wallet* selain cepat, mudah, juga aman dalam transaksi di tempat lain dan kapan saja (Liébana-Cabanillas et al., 2014). Selain *e-wallet* aman, *e-wallet* juga mudah dioperasi khususnya untuk jumlah transaksi kecil (Punwatkar, et al., 2018).

**Gambar 1.1 Pengguna Dompet Digital Terbanyak**



Sumber: Momentum Works, 2022

Dari data yang ada, ShopeePay memiliki porsi sebesar 76%. Peringkat selanjutnya diraih oleh Gopay dengan pengguna sebesar 57%. Selain mudah dan cepat, layanan pembayaran dengan menggunakan dompet digital semakin banyak disukai karena bisa mengurangi penggunaan uang tunai dalam bertransaksi. Hal ini lebih didukung dengan kondisi global saat Covid-19 yang memicu digitalisasi dan penggunaan dompet digital. Virus yang bisa menular

melalui *droplet* ini, membuat pemerintah semakin mendorong masyarakat untuk menggunakan *cashless payment* yaitu dompet digital, agar dapat meminimalisir peluang merebaknya virus karena penyebaran melalui transaksi pertukaran uang kartal. Merujuk pada penjelasan tersebut, maka dalam hal ini dilakukan penelitian yang berisikan variabel bebas yaitu promosi penjualan dan kualitas pelayanan, serta variabel terikat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan dalam hal memilih dan menentukan produk maupun jasa tidak dapat dipisahkan dari kualitas pelayanan yang ada pada perusahaan. Perusahaan dituntut untuk bisa menjaga kepercayaan pelanggan setiap waktu dengan melakukan peningkatan mutu layanan sehingga pelanggan makin merasa puas, dan dengan pasti memilih perusahaan sebagai opsi mereka untuk memiliki produk atau barang yang mereka butuhkan. Pelanggan juga akan makin teliti dalam memilih produk atau barang yang ditawarkan oleh perusahaan. Maka dari itu perusahaan perlu meningkatkan kepuasan pelanggan setiap waktu. Membangun suatu relasi yang positif perlu dilakukan sebuah perusahaan tujuannya cocok dengan ekspektasi pelanggan. Promosi Penjualan dan kualitas layanan yang maksimal bisa mendorong tingkat kepuasan pelanggan yang semakin tinggi dan menjadikan pelanggan tetap setia kepada perusahaan dan memiliki produk atau jasa berulang-kali. Loyalitas pelanggan pada perusahaan dapat diketahui dengan pelanggan yang melakukan pembelian secara berulang di perusahaan. Perusahaan harus melakukan pengamatan terhadap loyalitas pelanggan agar dapat meraih tujuan dari perusahaan. Loyalitas adalah kesetiaan pelanggan pada produk atau jasa, membeli kembali ,

memberikan informasi kepada perusahaan, dan mengajak orang lain atau merekomendasikan produk atau jasa dari perusahaan kepada orang lain. Karena semua kegiatan yang diimplementasikan oleh perusahaan bertujuan memuaskan pelanggan.

Loyalitas pelanggan memerlukan pelanggan yang setia untuk membeli produk dan jasa yang disediakan oleh perusahaan secara konkrit. Minimnya usaha perusahaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dapat diketahui dengan rendahnya upaya perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa dan hanya berfokus pada laba yang akan didapatkan. Untuk menciptakan pelanggan yang setia, maka harus dilakukan promosi penjualan dan juga peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan juga mempunyai indikator yaitu kehandalan, jaminan, daya tanggap, empati atau kepedulian. Selain itu, promosi penjualan juga harus mendukung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, seperti halnya promosi penjualan pada *e-wallet* ShopeePay yang mengikuti *trending topic* untuk menarik perhatian pelanggan menggunakan ShopeePay.

Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian dengan judul “PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pengguna ShopeePay di Yogyakarta)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang dapat dibuat dari latar belakang diatas yaitu:

1. Apakah Promosi Penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta?
2. Apakah Promosi Penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta?
4. Apakah Promosi Penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh Promosi Penjualan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta.
2. Pengaruh Promosi Penjualan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta.
3. Pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta.
4. Pengaruh secara tidak langsung Promosi Penjualan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penulis berharap dengan diadakannya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan Shopee terutama pada *e-wallet* ShopeePay agar lebih mengetahui pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dari penelitian ini juga diharapkan bisa dijadikan sebagai mediakoreksi dan evaluasi yang dapat diterapkan pada perusahaan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan *e-wallet* ShopeePay wallet di Yogyakarta.

2. Bagi Peneliti

Berguna sebagai bahan referensi dalam mengaplikasikan ilmu yang telah didapat selama tahap perkuliahan. Memberikan pengalaman bagi penulis untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

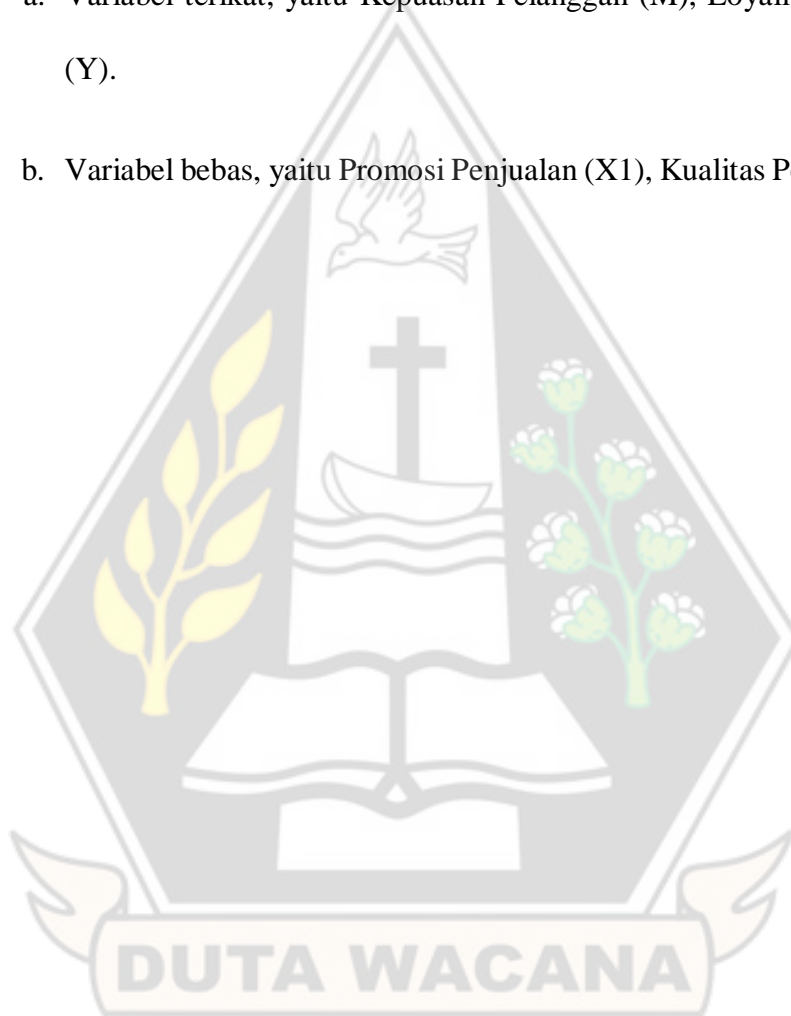
Dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan hasil yang didapatkan menjadi acuan evaluasi bagi rekan peneliti selanjutnya yang mengambil topik variabel yang serupa.

### **1.5. Batasan Penelitian**

Berikut merupakan batasan-batasan penelitian, yaitu:

1. Lokasi penelitian : Daerah Yogyakarta

2. Responden penelitian : Konsumen yang memiliki dan menggunakan aplikasi *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta
3. Jumlah responden : 107 responden
4. Waktu penelitian : September 2022 di Yogyakarta
5. Variabel yang diteliti :
  - a. Variabel terikat, yaitu Kepuasan Pelanggan (M), Loyalitas Pelanggan (Y).
  - b. Variabel bebas, yaitu Promosi Penjualan (X1), Kualitas Pelayanan (X2).





## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh Promosi Penjualan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (studi pada pengguna ShopeePay di Yogyakarta) dengan menggunakan pengujian sampel sebanyak 107 responden, dimana responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta. Dari hasil di atas dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Dari uji validitas dan reliabilitas di atas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid dan reliabel.
2. Hasil uji F pada analisis jalur I menunjukkan adanya pengaruh secara bersama-sama yang signifikan pada variabel Promosi Penjualan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dan hasil uji F pada analisis jalur II menunjukkan adanya pengaruh secara bersama-sama yang signifikan pada variabel Promosi Penjualan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Berdasarkan hasil uji t analisis jalur I, menunjukkan bahwa variabel Promosi Penjualan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $3,131 > 1,659$  dengan nilai p-value ( $0,002 < 0,05$ ). Sedangkan variabel kualitas pelayanan

berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $8,242 > 1,659$  dengan nilai p-value ( $0,000 < 0,05$ ).

4. Berdasarkan hasil uji t analisis jalur II, menunjukkan bahwa variabel Promosi Penjualan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $1,848 > 1,659$  dengan nilai p-value ( $0,047 < 0,05$ ). Sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $2,333 > 1,659$  dengan nilai p-value ( $0,022 < 0,05$ ).
5. Hasil uji t, secara parsial variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dalam hal ini kepuasan pelanggan terbukti sebagai variabel mediasi yang menunjukkan secara signifikan terdapat pengaruh tidak langsung variabel Promosi Penjualan ( $0,002$ ) dan kualitas pelayanan ( $0,000$ ) terhadap loyalitas pelanggan.
6. Hasil analisis koefisien determinasi pada regresi jalur I dapat diketahui besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0,664$ . Hasil tersebut dapat diartikan bahwa  $66,4\%$  besarnya Kepuasan Pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel yang terdiri dari Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar  $33,6\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Sedangkan hasil analisis koefisien determinasi pada regresi jalur II dapat diketahui besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0,625$ . Hasil

tersebut dapat diartikan bahwa 62,5% besarnya Loyalitas Pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel yang terdiri dari Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

## **5.2. SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA**

- a. Dari hasil pembahasan penelitian diatas, perusahaan dapat mengembangkan dan mempertahankan teknik dari promosi penjualan dan kualitas pelayanan agar pengguna ShopeePay puas dan loyal. Dalam hal ini untuk memperkuat pertanyaan kuesioner sebaiknya indikator yang dipakai dalam kualitas pelayanan adalah indikator *e-service quality*.
- b. Dalam melakukan penelitian lanjutan diharapkan dapat menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk lebih memperkuat hasil analisis penelitian. Contoh variabel lainnya yaitu harga yang bisa menjadi faktor pelanggan loyal.
- c. Dalam pengisian kuesioner, mayoritas pengisi adalah dari kalangan tertentu sehingga bisa menjadi alasan untuk peneliti selanjutnya menyebar penelitian pada kelompok usia tertentu untuk dapat melihat perbedaan dari penelitian ini.
- d. Dalam pertanyaan kuesioner, mayoritas pengisi dari domisili tertentu sehingga untuk peneliti selanjutnya menambahkan pertanyaan domisili pada kuesioner untuk dapat melihat perbedaan dari penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Muktifajar dan Yulianto. (2010). *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Agung Setiawan, Riyan. (2014). *Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: “Waroeng Spesial Sambal Cabang Gonilan Surakarta”)*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Solo.
- Aliftia Rizki Annisa. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Verifikasi Impor terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di PT Surveyor Indonesia (Persero)*. *Jurnal Aplikasi Manajemen* Vol.12, No.1. halaman 1-9.
- Asnawi dan Masyhuri. (2009). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. UIN-Malang Press. Malang.
- Azwar, S. (2011). *Sikap dan Perilaku Dalam: Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cooper, Donald R, dan Pamela S. Schindler. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Media Global Edukasi. Jakarta.
- Dharmmesta, B.S & Handoko H. (1982). *Manajemen Pemasaram: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Endarwita. (2013), “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat”, *e-jurnal Apresiasi Ekonomi*, vol. 1, No. 3, 167-180.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gokilavani, R., Kumar, D. V., Durgarani , M., & Mahalakshmi , R. (2018). *Can India Move Towards Digital Sovereign Currency? A Study on Perception of Consumers Towards*. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119(17), 2167–2175.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ke 4*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Haryanto, A. T. (2021). Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta. Retrieved from DetikInet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta> diakses pada November 2022.
- Hasan, Ali. (2009). Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, Vol. 9, No.1. Medpress: Yogyakarta.
- Hidayat, Fahmi.(2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Universitas Negeri Surabaya. Vol. 1 No. 2. Surabaya.
- Husein Umar. (2001). Metode Penelitian dan Aplikasi dalam Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Husein Umar. (2002). Metode Riset Bisnis. Jakarta: PT Gramedia. Jakarta.
- Kevin, Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran (Edisi Ke-13) Jilid1, Erlangga.
- Kinncar, T. C., & Taylor, J. R. (1995). Riset Pemasaran, Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi Ke 12) Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Indeks- Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2008). Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Jakarta ; PT. Indeks.
- Kotler. Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). Manajemenn Pemasaran, Jakarta : Penerbit Erlangga, edisi 13. Jilid 2.
- Kotler, Philip. (1997). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2007). Majaemen Pemasaran, Analisa Perencanaan, Pengendalian Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat.
- Kuncoro, Mudrajad. (2003). Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, M Saleh. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas.

- Lupipyoadi, Rambat. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Liébana-Cabanillas, F. J., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). *Role of Gender on Acceptance of Mobile Payment*. *Industrial Management & Data Systems*, 114(2), 220–240.
- Li, J. B., Delvecchio, E., Miconi, D., Salcuni, S., & Di Riso, D. (2014). *Parental attachments among Chinese, Italian, and Costa Rican adolescents: A cross-cultural study*. *Personality and Individual Differences*, 71, 118-123.
- Malhotra, N.K. (2009). *Riset Pemasaran, Edisi keempat, Jilid 1*, PT Indeks, Jakarta.
- Marleni, Dina. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Gonilan-Sukoharjo dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Inervening*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Solo.
- Mowen, & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga. Jakarta.
- Nganto, Gegaherzy Rindo Oliviadan. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intrvening*. Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Semarang.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1998). *SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality*, *Journal of Retailing*, vol. 64 No, 1, pp. 12-40.
- Punwatkar, S., & Verghese, M. (2018). *Adaptation of e-Wallet Payment: An Empirical Study on Consumers' Adoption Behaviyyyor in Central India*. *International Journal of Advanced in Management, Technology and Engineering Sciences*, 1147–1156.
- Sugiyono. (1999). *Metodologi Penelitian Administrasi*. Edisi Kedua. Alfabeta, CV. Bandung.
- Sugiono. (2002). *Metode Penelitian Administrasi R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, CV. Bandung.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Alfabeta, CV. Bandung.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, CV. Bandung.
- Streiner, David L. (2005). Finding Our Way: An Introduction to Path Analysis. *Can J Psychiatry*, Vol 50, No.2.
- Stanton, W. J. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Streiner, David L. (2005). *Finding Our Way: An Introduction to Path Analysis*. *Can J Psychiatry*, Vol 50, No.2 February.
- Swastha, B., & Irawan. (2003). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana. (2007). Pemasaran Strategik, Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2002). Strategi Pemasaran. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2006). Manajemen Pelayanan Jasa, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Andi, Yogyakarta.
- Tjokorda Gde Raka S., & I Made Adi Juniantara. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana. Denpasar.
- Wardani, Dharu Kusuma, Patricia Diana Paramita dan Maria M. Minarsih. (2016). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Ntronik Lintas Nusantara Semarang), *Journal of Management Universitas Pandanaran*, Vol.02 No.02, Semarang.
- Weenas, Jackson R.S. (2013), Kualitas Produk, Harga, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta, *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No. 4, tahun 2013, Universitas Sam Ratulangi, Manado.

Yansah, Riyan Afri., Hartono, Budi dan Hariyono, MB. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten di Malang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, Vol.23, hal. 30-34.

