



**PENGARUH *PROMOTION* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI
SHOPEE DI KABUPATEN KUDUS)**

Disusun Oleh:

Alan Tito Elfridad

202011250

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH *PROMOTION* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI
SHOPEE DI KABUPATEN KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh:

Alan Tito Elfridad

202011250

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH *PROMOTION* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI
SHOPEE DI KABUPATEN KUDUS)**

Nama : Alan Tito Elfridad

Nim : 202011250

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

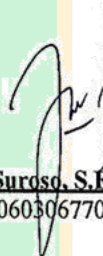
Kudus,

Pembimbing I



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)
NIDN. 0601099201

Pembimbing II



(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP)
NIDN. 0603067701

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH *PROMOTION* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI
SHOPEE DI KABUPATEN KUDUS)**

Nama : Alan Tito Elfridad

Nim : 202011250

Program Studi : Manajemen

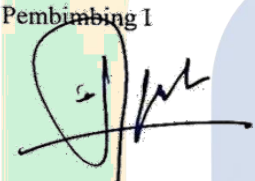
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pembimbing I


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

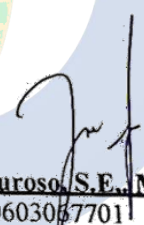

(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)
NIDN. 0601099201

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II




(Uc. Hartati Sumekar., S.E., M.M)
NIDN. 0616077304


(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP)
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al Baqarah, 2:286)

*“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda.
Cuma sekiranya kalau teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi,
jangan khawatir, mimpi-mimpi lain bisa diciptakan”*

(Windah Basudara)

Persembahan:

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Segala perjuangan saya hingga titik ini, berikut saya persembahkan skripsi ini untuk orang-orang tercinta yaitu :

1. Ibu Endang dan Bapak Mufid yang selalu memberikan seluruh dukungan, doa dan nasihat.
2. Adik saya, Yasmin Aulia yang selalu memberikan dukungan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur saya ucapkan ke hadirat Allah AWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah serta ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Promotion* Dan *Service Quality* Terhadap Customer Loyalty Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kabupaten Kudus)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan demikian pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

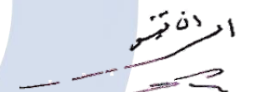
1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Faridhatun Faidah, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I.
5. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP selaku Dosen Pembimbing II.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingannya kepada penulis selama perkuliahan.

7. Kepada Kedua orang tua saya tercinta Bapak Mufid dan Ibu Endang Setiyaningsih yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai di tempat ini, saya persembahkan skripsi ini dan gelar untuk bapak dan ibu.
8. Kepada Adik Perempuan saya, Yamin Aulia Ramadhani, Terimakasih untuk segala dukungan yang diberikan sehingga bisa sampai saat ini.
9. Sahabat dan teman-teman saya yang telah menemani suka maupun duka. Mereka adalah Fadrik, Ali, Nopal, Zaky, Negi, Wisnu, Fais

Penulis memahami dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dengan demikian penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca guna memperbaiki karya ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Terima kasih.

Kudus, Oktober 2024

Penulis


Alan Tito Elfridad

202011250

**PENGARUH *PROMOTION* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI
SHOPEE DI KABUPATEN KUDUS)**

ALAN TITO ELFRIDAD
202011250

**Pembimbing 1 : Faridhatun Faidah, S.E., M.M
Pembimbing 2 : Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *promotion* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening studi pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Kudus. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sample* dan kriteria sampel Laki-laki dan Perempuan, sudah pernah membeli minimal 1 kali di Shopee dan pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Kudus. Pengolahan data penelitian menggunakan software Smart PLS 3.29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Promotion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. (2) *Service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. (3) *Promotion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (4) *Service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (5) Kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. (6) Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh *Promotion* terhadap *customer loyalty*. (7) Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh *Service quality* terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci: *Promotion, Service Quality, Customer Loyalty*, Kepuasan Pelanggan

**THE INFLUENCE OF PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS
AN INTERVENING VARIABLE (STUDY ON SHOPEE APPLICATION
USERS IN KUDUS DISTRICT)**

ALAN TITO ELFRIDAD
202011250

Pembimbing 1 : Faridhatun Faidah, S.E., M.M
Pembimbing 2 : Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of promotion and service quality on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable of the study on Shopee application users in Kudus Regency. This type of research is quantitative research. The sample used in this study was 100 respondents using a sampling technique, namely non-probability sampling with a purposive sample method and sample criteria of Men and Women, who have purchased at least 1 time on Shopee and Shopee application users in Kudus Regency. Research data processing using Smart PLS 3.29 software. The results of the study showed that (1) Promotion has a positive and significant effect on customer loyalty. (2) Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty. (3) Promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction. (4) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. (5) Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. (6) Customer satisfaction is able to mediate the effect of Promotion on customer loyalty. (7) Customer satisfaction is able to mediate the effect of Service quality on customer loyalty.

Keywords: Promotion, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

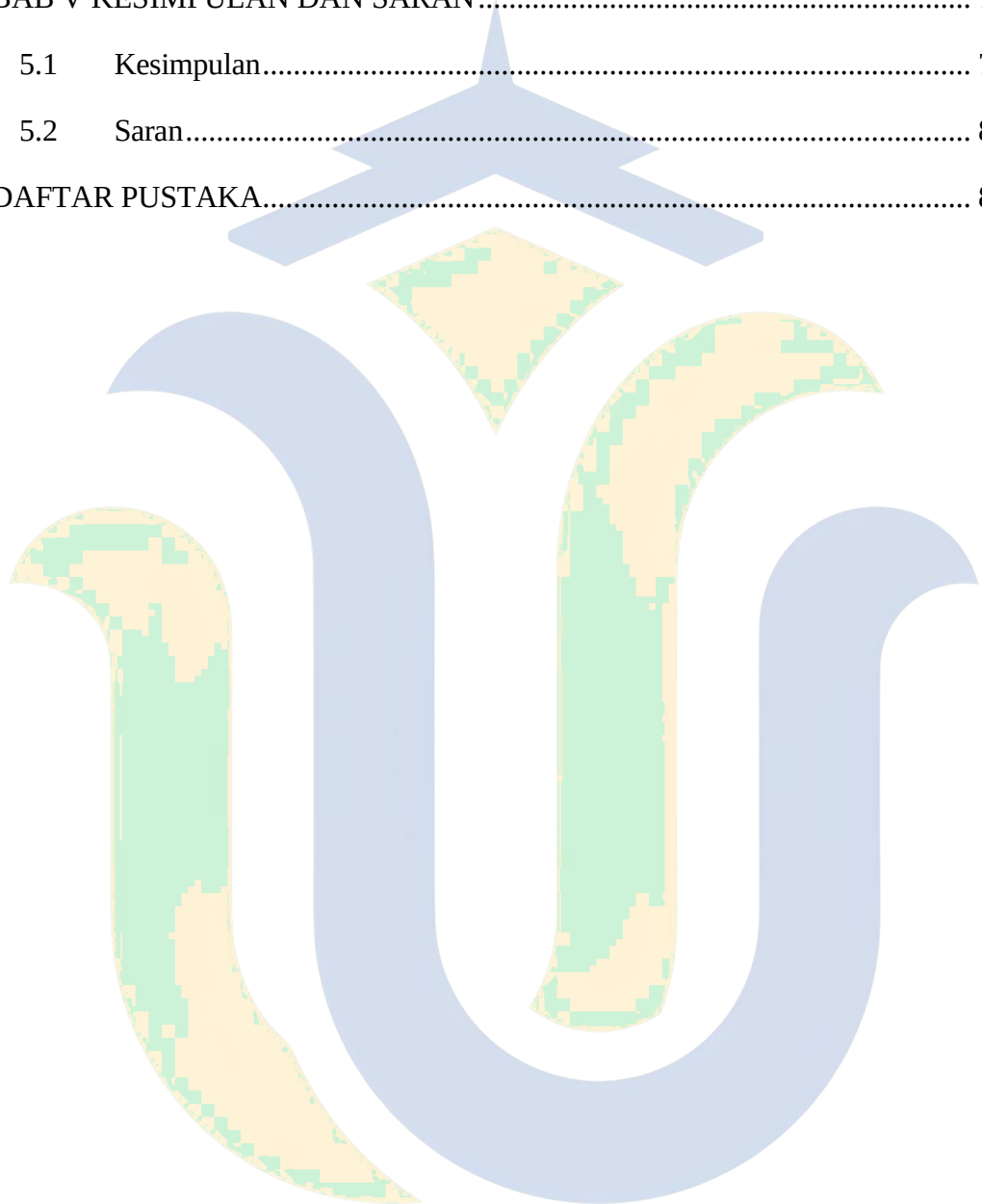
Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	8
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 <i>Grand Theory</i>	12
2.1.1. Perilaku Konsumen	12
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1. Customer loyalty	13
2.2.2. Promotion	17

2.2.3.	<i>Service Quality</i>	19
2.2.4.	Kepuasan <i>Pelanggan</i>	21
2.3	Pengaruh Antar Variabel	24
2.3.1.	<i>Promotion Terhadap Customer Loyalty</i>	24
2.3.2.	<i>Service Quality Terhadap Customer Loyalty</i>	24
2.3.3.	<i>Promotion Terhadap Kepuasan Pelanggan</i>	25
2.3.4.	<i>Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan</i>	25
2.3.5.	Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	26
2.3.6.	<i>Promotion Terhadap Customer Loyalty Melalui Kepuasan Pelanggan</i>	27
2.3.7.	<i>Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Kepuasan Pelanggan</i>	28
2.4	Penelitian Terdahulu.....	28
2.5	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
2.6	Hipotesis	35
BAB III	METODE PENELITIAN	37
3.1	Rancangan Penelitian	37
3.2	Definisi Operasional Variabel	38
3.2.1.	Variabel Endogen (Variabel Terikat).....	38
3.2.2.	Variabel Eksogen (Variabel Bebas)	39
3.2.3.	Variabel Intervening (Z).....	41
3.3	Jenis dan Sumber Data	42
3.3.1	Jenis Data	42
3.3.2	Sumber Data	42
3.4	Populasi dan Sampel	43
3.4.1	Populasi	43

3.4.2	Sampel.....	43
3.4.3	Teknik Sampling	44
3.5	Pengumpulan Data.....	44
3.6	Pengolahan Data.....	44
3.7	Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1.	Gambaran Umum Aplikasi Shopee.....	51
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	52
4.2	Penyajian Data.....	52
4.2.1.	Deskripsi Responden.....	52
4.2.2.	Hasil Tanggapan Responden Pada Variabel Penelitian	55
Analisis Data.....		59
4.3.1.	Uji Outer Model atau Model Pengukuran.....	59
4.3.2.	Uji Validitas Konvergen	60
4.3.3.	Uji Validitas Diskriminan	62
4.3.4.	Composite Reliability.....	63
4.3.5.	Uji Inner Model atau Model Struktural.....	64
4.3.6.	Uji Hipotesis	65
4.3	Pembahasan	70
4.4.1.	Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	70
4.4.2.	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	71
4.4.3.	Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	72
4.4.4.	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	73
4.4.5.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	74

4.4.6. Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui Kepuasan Pelanggan	76
4.4.7. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui Kepuasan Pelanggan	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Top Brand Index Situs Jual Beli Online Di Indonesia Periode 2023	3
Tabel 3.1 Skala Likert	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Reponden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	54
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden pada Promotion (X1).....	55
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden pada Service Quality (X2).....	56
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden pada Customer Loyalty (Y).....	57
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden pada Kepuasan Pelanggan (Z).....	58
Tabel 4.8 Outer Loading	61
Tabel 4.9 Cross Loading	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Diskriminan	63
Tabel 4.11 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	64
Tabel 4.12 Hasil Nilai R-Square	64
Tabel 4.13 Original sample, T-Statistic dan P-Values	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengunjung <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Promosi Yang Diluncurkan <i>E-commerce</i> Shopee	4
Gambar 1.3 Keluhan Pengguna Shopee Mengenai <i>Promotion</i>	5
Gambar 1.4 Keluhan Pengguna Shopee Mengenai <i>Service Quality</i>	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
Gambar 4.1 Output PLS Algoorithm.....	60
Gambar 4.2 Output Bootstraping	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner.....	88
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	92
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuisisioner	98
Lampiran 4. Hasil Uji <i>Outer</i> Model	103
Lampiran 5. Hasil Uji <i>Inner</i> Model.....	106