

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN *E-SERVICE QUALITY*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA DOMPET  
DIGITAL SHOPEEPAY DI JAKARTA**

Oleh :

**Nama : Edo Fernando**

**NIM : 77180399**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Internasional



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**FEBRUARI 2022**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**PENGESAHAN**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN *E-SERVICE QUALITY*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA DOMPET  
DIGITAL SHOPEEPAY DI JAKARTA**

**Diajukan Oleh :**

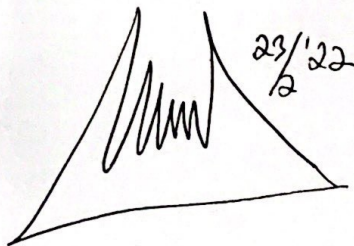
**Nama : Edo Fernando**

**NIM : 77180399**

**Jakarta, 22 Februari 2022**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing,**



**MUHAMMAD FUAD, S.E., MP.**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2022**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## PENGESAHAN

# **PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY DI JAKARTA**

**Diajukan Oleh :**

**Nama : Edo Fernando**

**NIM : 77180399**

**Jakarta, 22 Februari 2022**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing,**

**(MUHAMMAD FUAD, S.E., MP.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2022**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## HALAMAN MOTTO

*“sometimes it’s more fun to believe than to doubting people”*

~Sarina Ushio~

*“The view of the world is nothing but a belief, whether it is a great man or a bad man. The important thing is "how do you think"”*

~Masayasu Wakabayashi~

*“confidence? I confidence? If i don’t believe in myself then I wouldn't be standing here”*

~Toshiaki Kasuga~

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## ABSTRACT

Edo Fernando / 77180399 / 2022 / *The Effect of Sales Promotion and E-Service Quality on Customer Loyalty of Shopee E-wallet in Jakarta* / Supervisor Muhammad Fuad, SE.,MP.

*technology always carries out innovations that continuously appear in various sector, one of which is the economic sector. In the economic sector, there is an innovation called e-wallet, which is an innovation in the form of electronic money that uses an application base where the e-wallet usually provides many attractive promos and practical payment systems. Digital wallets are widely developed in Indonesia where digital wallets not only provide payments in e-commerce, but can also make payments at available merchants, one of which is shopeepay with good quality services and promotions. The question is, How do sales promotions and E-Service quality affect customer loyalty of Shopee digital wallet users in Jakarta.*

*In this study, the theory used by researchers in conducting this research is the theory of sales promotion, which is the main key in conducting short-term promotions, the theory of e-service quality, namely how the quality of service is owned by a site or web, and the theory of customer loyalty, namely customer commitment to a brand to continue using a particular product or service*

*The object of this research is the Shopee digital wallet in Jakarta. Sampling is done by non-probability sampling with judgment sampling technique. The variables in this study are divided into two types of variables, namely the independent variable consisting of sales promotion and e-service quality, while the dependent variable in this study is the customer loyalty variable. The data collection method in this study used a questionnaire with a sample of 120 respondents in the form of google form. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple correlation test and hypothesis testing*

*The results of this study indicate that there is an influence between sales promotion and E-Service Quality on customer loyalty of Shopee digital wallet users. With these results, sales promotions and E-Service Quality have an influence on customer loyalty for Shopee digital wallet users*

*The conclusion of this study is that sales promotion and E-Service Quality have a positive and significant effect on purchasing decisions. The author suggests that you can improve promotions and service quality and security for the convenience and security of shopeepay digital wallet users*

**Keywords:** Sales Promotion, E-Service Quality, Customer Loyalty



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Administrasi bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Muhammad Fuad, S.E., MP., Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini sampai dengan selesai.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama menempuh perkuliahan untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen.
3. Kepada keluarga penulis yang telah mendukung penulis baik secara rohani maupun jasmani sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dan meraih gelar sarjana.
4. Teman-teman penulis, William Wun Arta, Vincent Hartanto, Kelly Meliana, Willy Mulia, Riky Hilwanto, Vivian Wun Arta, Vanessa Utomo, Kevin Tjandra, Tri Ardo, Junio Montero Harlim, Cathlin, Danish Hadi Cahya Fajri, dan Briant Brasali yang telah memberikan bantuan, semangat, doa, dukungan dan saran selama proses penulisan skripsi.
5. Responden yang telah memberikan waktunya untuk membantu dalam pengisian kusioner penulisan ini.





6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuannya dalam menyusun skripsi ini

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan. Maka dari itu peneliti memohon maaf atas kekurangan dan keterbatasan yang terdapat dalam skripsi ini. Peneliti sangat terbuka dan menghargai setiap kritik dan saran yang membangun. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang membacanya.

Jakarta, 22 Februari 2022

Edo Fernando

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Batasan Penelitian.....	8
1.5 Rumusan Masalah.....	9
1.6 Tujuan Penelitian.....	9
1.7 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teoritis.....	11
2.1.1 Promosi.....	11
2.1.2 Layanan.....	17
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas pelanggan.....	27
2.3.2 Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	27
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Obyek Penelitian.....	30
3.2 Desain Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1 Penentuan populasi.....	32





3.3.2	Penentuan sampel .....	32
3.4	Lokasi Penelitian .....	33
3.5	Variabel Penelitian .....	33
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.7	Pengolahan Data dan Analisis Data.....	39
3.7.1	Uji validitas Data.....	39
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	40
3.7.3	Analisis Deskriptif.....	41
3.7.4	Uji Asumsi Klasik .....	44
3.7.5	Analisis Regresi berganda .....	47
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>50</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1	Gambaran Perusahaan yang diteliti .....	50
4.2	Analisis Deskriptif.....	54
4.2.1	Uji Validitas.....	54
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	57
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	60
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	60
4.2.6	Profil Responden berdasarkan Pekerjaan .....	61
4.2.8	Pengujian Asumsi Klasik .....	67
4.2.9	Analisis Regresi linear Berganda .....	70
4.3	Hasil Penelitian.....	74
4.4	Pembahasan .....	77
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>79</b>
5.1	Simpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>81</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>		<b>83</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1.1 Pangsa Pasar 5 Domper Digital Terbesar di Indonesia November 2020 – Januari 2021 .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator Variabel Promosi Penjualan .....	35
Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	37
Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan .....	38
Tabel 3.4 Tabel Skala Likert.....	42
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan.....	54
Tabel 4.2 Uji Validitas <i>E-Service Quality</i> .....	56
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	57
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan .....	58
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel E-Service Quality .....	58
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	59
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	60
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Domisi.....	60
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4.11 Skor Rata-rata Promosi penjualan .....	61
Tabel 4.12 Skor Rata-rata <i>E-Service Quality</i> .....	64
Tabel 4.13 Skor Rata-rata Loyalitas Pelanggan .....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Keberartian model (Uji F).....	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t).....	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinansi (R <sup>2</sup> ) .....	74





## DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Kusioner .....	83
Lampiran 2	Hasil Output Uji Reliabilitas.....	87
Lampiran 2	Hasil Output Uji Validitas .....	88
Lampiran 3	Hasil Output Uji Normalitas .....	90
Lampiran 4	Hasil Output Uji Multikolinearitas.....	91
Lampiran 5	Hasil Output heterokedastisitas.....	91
Lampiran 6	Hasil Output Uji Analisis Regresi Berganda .....	91
Lampiran 7	Hasil Uji Turnitin.....	93


  
**© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**  
**IBIKKG Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.