



**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

SKRIPSI

ANNISA EFFENDI 1910111153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2022



**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**

ANNISA EFFENDI 1910111153

**PROGRAM STUDI S1 PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2022

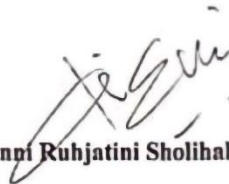
SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Annisa Effendi 1910111153

Pembimbing



Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM

Jakarta, 05 Desember 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Siti Hidayati, SE, MM

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Annisa Effendi

NIM. : 1910111153

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 29 September 2022

Yang menyatakan,



(Annisa Effendi)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisa Effendi
NIM. : 1910111153
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Analisis Pengaruh *Brand Image* Dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada *E-Commerce* Tokopedia

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 September 2022

Yang menyatakan,



(Annisa Effendi)

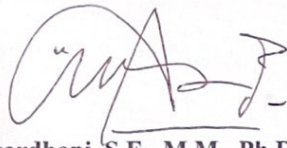
SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Annisa Effendi 1910111153

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 23 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, S.E., M.M., Ph.D.
Ketua Penguji



Dr. Alfatih S Manggabarani, SE, M.Si
Penguji I



Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Ariefiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidavati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 23 Desember 2022

***Analysis of the Effect of Brand Image and Service Quality on
Customer Loyalty through Customer Satisfaction in
Tokopedia E-Commerce***

By Annisa Effendi 1910111153

Abstract

This research was conducted to analyze and study the influence of Brand Image and Service Quality on customer loyalty through customer satisfaction on Tokopedia e-commerce. This study was conducted with respondents who use the Tokopedia application with a minimum of 3x purchases. Data collection using a questionnaire (gform) and 100 respondents have been collected. This research was conducted in quantitative and descriptive analysis using SmartPLS and the three box method. This research states that (1) Brand Image has a positive and significant effect on customer loyalty on Tokopedia e-commerce. (2) Service Quality has a positive and significant effect on customer loyalty on Tokopedia e-commerce. Good Service Quality will form customer loyalty based on positive experiences received continuously from consumers. (3) Brand Image on customer satisfaction in Tokopedia e-commerce, has a positive and significant effect. (4) Service Quality on customer satisfaction in Tokopedia e-commerce, has a positive and significant effect. (5) Customer satisfaction with customer loyalty in Tokopedia e-commerce, has a positive and significant effect.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

**Analisis Pengaruh *Brand Image* Dan *Service Quality* Terhadap
Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada *E-Commerce*
Tokopedia**

Oleh Annisa Effendi 1910111153

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan dalam upaya menganalisa dan mempelajari pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada *e-commerce* Tokopedia. Studi ini dilakukan dengan responden pengguna aplikasi Tokopedia dengan minimal telah melakukan pembelian sebanyak 3x. Pengambilan data menggunakan kuisioner gform dan telah terkumpul sebanyak 100 responden. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dan analisis deskriptif dengan menggunakan SmartPLS dan metode *three box method*. Penelitian ini menyatakan bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *e-commerce* Tokopedia. *Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *e-commerce* Tokopedia. *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan di *e-commerce* Tokopedia, memiliki pengaruh positif dan signifikan. *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan di *e-commerce* Tokopedia, memiliki pengaruh positif dan signifikan. Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di *e-commerce* Tokopedia, memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Jumat , tanggal 23 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Annisa Effendi

No.Pokok Mahasiswa : 1910111153

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis Pengaruh Brand Image dan Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)*

Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Ketua	1.
2	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Anggota I	2.
3	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 23 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprosdi. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Segala Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena telah melimpahkan kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh *Brand Image* Dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada *E-Commerce* Tokopedia**”. Melalui tulisan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis untuk menyusun penelitian ini, pihak-pihak tersebut adalah : Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM selaku dosen pembimbing yang membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Keluarga tercinta Papah Endi, Mamah Sari, Mas Danu, dan Arsyah yang telah memberikan dukungan secara moril dan materil dalam proses penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih kepada orang-orang terdekat penulis yaitu Alta, terima kasih untuk semangat yang tiada hentinya diberikan, terima kasih untuk selalu percaya akan kemampuan dan tidak pernah sekali pun meragukan penulis. Kak Ghiffarin, yang telah setia menemani penulis dalam suka dan dukanya perkuliahan hingga sampai saat ini. Terima kasih untuk sudah menjadi pendengar yang baik dan tidak pernah lelah atas segala pertanyaan dan keluh kesah penulis. Beannie dan Ijah, yang ikut menemani penulis menyusun penelitian ini, serta teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Sebagai penutup, penulis ingin menyampaikan permohonan maaf apabila masih terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penelitian ini. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk penelitian-penelitian yang akan datang.

Jakarta, 29 September 2022



Annisa Effendi

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
Abstrak	viii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	ix
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	8
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Landasan Teori	10
II.1.1 Pemasaran	10
II.1.2 Perilaku Konsumen	11
II.1.3 Loyalitas Pelanggan	12

II.1.4 Kepuasan Pelanggan	15
II.1.5 Brand Image	18
II.1.6 Service Quality	21
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	24
II.3 Hubungan Variabel	33
II.3.1 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	33
II.3.2 Hubungan <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	33
II.3.3 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	34
II.3.4 Hubungan <i>Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	34
II.3.5 Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	34
II.4 Model Penelitian	35
II.5 Hipotesis	35
BAB III	37
METODE PENELITIAN.....	37
III. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran	37
III.1.1 Definisi Operasional	37
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	38
III. 2 Populasi dan Sampel	39
III.2.1 Populasi.....	40
III.2.2 Sampel	40
III. 3 Teknik Pengumpulan Data	42
III. 4 Teknik Analisis Data	43
III.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif	43
III.4.2 Teknik Analisis Data Inferensial	45

III.4.3 Uji Hipotesis	51
BAB IV	55
PEMBAHASAN	55
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	55
IV.2 Deskripsi Data Penelitian	56
IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....	56
IV.2.2 Analisis Data Deskriptif	59
IV.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis	64
IV.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	64
IV.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	72
IV.3.3 Uji T Statistik.....	74
IV.4 Pembahasan.....	76
IV.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan di <i>e-commerce</i> Tokopedia	76
IV.4.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan di <i>e-commerce</i> Tokopedia	77
IV.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pelanggan di <i>e-commerce</i> Tokopedia	77
IV.4.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan di <i>e-commerce</i> Tokopedia	78
IV.4.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di <i>e-</i> <i>commerce</i> Tokopedia.....	79
IV.4.6 Implikasi dari Hasil Penelitian	79
IV.5 Keterbatasan Penelitian.....	83
BAB V.....	84

SIMPULAN DAN SARAN	84
V.1 Simpulan.....	84
V.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
RIWAYAT HIDUP.....	92
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	30
Tabel 2. Skor Item Pengukuran Instrumen.....	39
Tabel 3. Kisi-Kisi Instrumen.....	39
Tabel 4. Skala Likert	42
Tabel 5. Peringkat Jawaban Kuesioner	43
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks	45
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	51
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks	59
Tabel 9. Hasil Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	59
Tabel 10. Hasil Jawaban Responden Terhadap <i>Service Quality</i>	60
Tabel 11. Hasil Jawaban Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	62
Tabel 12. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
Tabel 13. <i>Outer Loading</i>	66
Tabel 14. <i>Average Variand Exctracted (AVE)</i>	68
Tabel 15. <i>Cross Loading</i>	69
Tabel 16. <i>Composite Reliabilty</i>	70
Tabel 17. <i>Cronbach's Alpha</i>	71
Tabel 18. <i>R Square</i>	73
Tabel 19. Uji T <i>Statistic</i>	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (1998-2022)	1
Gambar 2. Situs E-commerce dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I, 2022)	3
Gambar 3. Review Konsumen Tokopedia di MediaKonsumen.com.....	4
Gambar 4. Model Penelitian	35
Gambar 5. Langkah-Langkah PLS.....	46
Gambar 6. <i>Inner Model</i>	47
Gambar 7. <i>Outer Model</i>	47
Gambar 8. Diagram Jalur	48
Gambar 9. Logo E-Commerce Tokopedia.....	55
Gambar 10. Diagram Jenis Kelamin.....	57
Gambar 11. Diagram Usia	57
Gambar 12. Diagram Domisili.....	58
Gambar 13. <i>Outer Model</i>	65
Gambar 14. <i>Inner Model</i>	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 3. Deskripsi Data Responden

Lampiran 4. Hasil Data Penelitian