

**KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, *DIGITAL MARKETING* DAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI ANTESEDEN LOYALITAS PELANGGAN SHOPEEFOOD
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Sarjana Pada Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Ahmad Dahlan

Yogyakarta



Disusun Oleh :

Via Luthfiatul Haya

2000011208

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

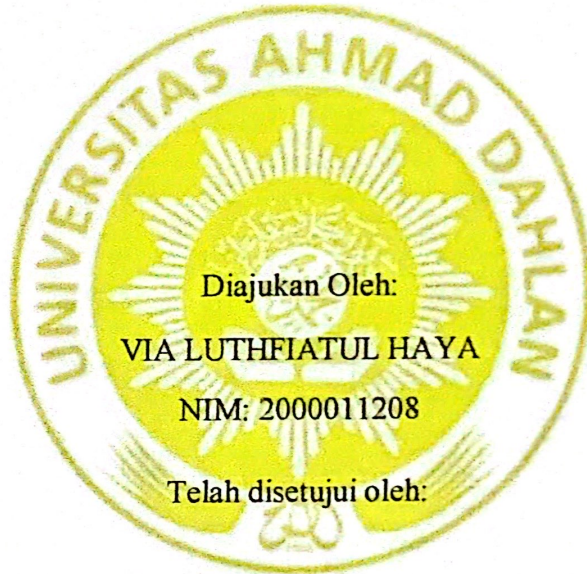
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

YOGYAKARTA

2024

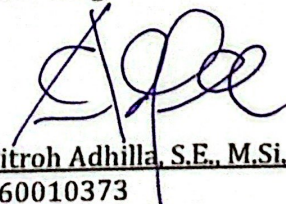
LEMBAR PERSETUJUAN

**KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, *DIGITAL MARKETING* DAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI ANTASEDEN LOYALITAS
PELANGGAN SHOPEEFOOD DI YOGYAKARTA**



Pembimbing

Yogyakarta, 29 Februari 2024



Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.
NIY. 60010373

LEMBAR PENGESAHAN
KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, *DIGITAL MARKETING* DAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI ANTASEDEN LOYALITAS
PELANGGAN SHOPEEFOOD DI YOGYAKARTA

Diajukan Oleh:
VIA LUTHFIATUL HAYA
NIM: 2000011208

Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dan Disahkan Di Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
Tanggal ~~23 Februari~~ 2024

Yang terdiri dari:
Ketua Tim Penguji


Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.
NIY: 60010373

Anggota Tim Penguji 1


Dyah Fitriani, S.E., M.M.



NIPM: 19780829 200309 011 0795468

Anggota Tim Penguji 2


Candra Vionela M., S.E., M.Sc.

NIPM: 19870313 201508 011 1212773

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan

Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIO nR.

NIY: 60960166

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, *DIGITAL MARKETING* DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI ANTASEDEN LOYALITAS PELANGGAN SHOPEEFOOD DI YOGYAKARTA”** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah inidn disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 23 Februari 2024

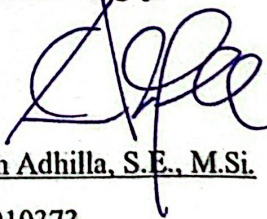
Yang menyatakan,



Via Luthfiatul Haya

NIM 2000011208

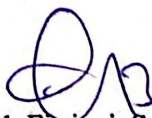
Saksi 1, Ketua Penguji



Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.

NIY: 60010373

Saksi 2, Anggota Tim Penguji 1



Dyah Fitriani, S.E., M.M.

NIPM: 19780829 200309 011 0795468

Saksi 3, Anggota Tim Penguji 2



Candra Vionela M., S.E., M.Sc.

NIPM: 19870313 201508 011 12129773

PENYATAAN TIDAK PLAGIASI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama: Via Luthfiatul Haya

NIM: 2000011208

Email: via2000011208@webmail.uad.ac.id -

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis

Prodi: Manajemen

Judul Tugas Akhir: **KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, *DIGITAL MARKETING* DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI ANTASEDEN LOYALITAS PELANGGAN SHOPEEFOOD DI YOGYAKARTA**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan ataupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian atau implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan tidak benaran dalam penelitian ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 22 Februari.....2024



Via Luthfiatul Haya

NIM 2000011208

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama: Via Luthfiatul Haya

NIM: 2000011208

Email: via2000011208@webmail.uad.ac.id

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis

Prodi: Manajemen

Judul Tugas Akhir: **KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, *DIGITAL MARKETING*, DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI ANTASEDEN LOYALITAS PELANGGAN SHOPEEFOOD DI YOGYAKARTA**

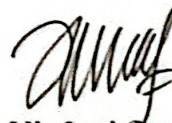
Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur, serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut:

Saya (mengizinkan / ~~tidak mengizinkan~~) karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, ~~22 Februari~~.....2024

Yang menyatakan,



Via Luthfiatul Haya

NIM 2000011208

Mengetahui,

Dosen pembimbing



Dr. Fitroh Adhilla, S.E. M. Si.

NIY: 60010373

MOTTO

“ Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain .”

(Q.S Al-Insyirah, 94:6-7)

“ Orang lain ga akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hhanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan di hari ini. Tetap berjuang ya!”

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terima kasih saya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Superhero dan panutanku, Ayahanda Hasanudin. Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberi dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Pintu surgaku, Ibunda Yayah Rokayah. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau juga memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai di bangku perkuliahan, tapi semangat, motivasi serta do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
4. Untuk Adiku, Muhammad Raka Rahmatul Haya. Terima kasih sudah menjadi Mood boster dan menjadi alasan penulis untuk pulang ke rumah.
5. Keluarga besar Bapak H. Sukarli dan Bapak Carta. Terima kasih atas segala doa dan semangat yang selalu kalian berikan kepada penulis.
6. Keluarga besar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan

7. Sahabat dan Teman tersayang, tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak kan mungkin aku sampai di sini, terima kasih untuk canda tawa, tangis dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terima kasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini. Dengan perjuangan dan kebersamaan kita pasti bisa! Semangat!!
8. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri Via Luthfiatul Haya terima kasih sudah bertahan sejauh ini terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai dititik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang tetap mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Bahagialah selalu dimanapun berada, via. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Yogyakarta, 6 Januari 2024

Penulis



Via Luthfiatul Haya

ABSTRAK

Dengan semakin majunya teknologi, Internet juga dapat digunakan sebagai alat untuk berbelanja *online*. Munculnya layanan Shopee Food ini membuat saingan bisnis pesan-antar makanan di Indonesia semakin tinggi karena bukan hanya Grabfood dan Gofood saja melainkan Shopee juga menyediakan layanan pesan-antar makanan secara *online*. Persaingan yang ketat dalam bisnis pesan-antar makanan membuat ShopeeFood harus menerapkan strategi untuk menarik loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan suatu hubungan perusahaan dengan pelanggan. Perusahaan yang baik akan menempatkan pelanggan pada pusat aktivitas bisnis, dari hal ini diharapkan perusahaan selalu memperhatikan dan mengutamakan pelanggan dalam segala aktivitas yang dilakukan perusahaan, sehingga pelanggan selalu menjadi pihak yang didahulukan dengan harapan pelanggan merasa puas, nyaman, dan akhirnya menjadi loyal kepada perusahaan. Dengan hal tersebut Penelitian ini bertujuan untuk : Untuk menguji pengaruh positif kualitas layanan, promosi, *digital marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ShopeeFood di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah menggunakan pelanggan ShopeeFood di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling, dengan metode purposive sampling dengan jumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Kualitas layanan, *digital marketing* dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini secara praktis dapat menjadi salah satu acuan bagi peneliti lainnya yang ingin meneliti kualitas layanan, promosi, *digital marketing*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Disarankan agar penelitian ke depan diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Promosi, *Digital Marketing*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

With the advancement of technology, the internet can also be used as a tool for online shopping. The emergence of Shopee Food services makes the competition for food delivery business in Indonesia higher because not only Grabfood and Gofood but Shopee also provides online food delivery services. Fierce competition in the food delivery business makes ShopeeFood have to implement strategies to attract customer loyalty. Customer loyalty is the company's relationship with customers. A good company will place customers as the center of business activities, from this it is expected that the company always pays attention and prioritizes customers in all activities carried out by the company, so that customers always come first with the hope that customers feel satisfied, comfortable, and finally become loyal to the company. With this, this study aims to: To test the positive influence of service quality, promotion, digital marketing and customer satisfaction on ShopeeFood customer loyalty in Yogyakarta. This study used a quantitative approach. The study population used ShopeeFood customers in Yogyakarta. The sampling technique uses non-probability sampling techniques, with a purposive sampling method with a total of 100 people. The data collection technique in this study was questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis from the results of research and discussion, so that several conclusions can be drawn as follows: Service quality, digital marketing and customer satisfaction affect customer loyalty and promotions do not affect customer loyalty. The results of this study can practically be a reference for other researchers who want to examine service quality, promotion, digital marketing, customer satisfaction and customer loyalty. It is recommended that future research is expected to develop research by adding other variables to produce even better research.

Keywords: Service Quality, Promotion, Digital Marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha pengasih lagi Maha penyayang, penulis panjatkan puja serta puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan beribu-ribu nikmat dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, DIGITAL MARKETING DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI ANTASEDEN LOYALITAS PELANGGAN SHOPEEFOOD DI YOGYAKARTA”** ini tepat waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. Muchlas, M.T. selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
2. Ibu Dini Yuniarti, S.E.,M.Si.,CIQnR. selaku Dekan Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
3. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
4. Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan ketulusan hati dan kesabarannya dalam mengarahkan, mendukung penulis dalam menyusun skripsi dan membimbing penulis dari

awal hingga akhir di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

5. Bapak Deny Ismanto, S.E., MBA. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama masa studi di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
7. Bapak Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
8. Kedua orang tua penulis, Bapak Hasanudin dan Ibu Yayah Rokayah, terima kasih atas dukungan moral, material yang telah engkau berikan. Apa pun yang saya lakukan tidak akan pernah bisa membalas jasa kalian
9. Adikku Muhammad Raka Rahmatul Haya dan Seluruh anggota keluargaku terima kasih selalu memberiku semangat dan motivasi.
10. Kepada sahabat seperjuangan di bangku perkuliahan Lisdiani, Anggraini, Fatihah, Vina, dan Putri terima kasih atas motivasi yang selalu kalian berikan padaku
11. Teman-teman kosku Wulan dan Dewi yang menemani di kos selama proses pembuatan skripsi ini dan selalu memberikan semangat kepada penulis.
12. Sahabat SMA dan SMP saya Salma, Almar dan Galuh yang senantiasa menemani penulis dari awal merantau kuliah di Yogyakarta hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas segala motivasi dan

semangat yang selalu kalian berikan kepada penulis. Kalian terbaik dalam memberikan tangis dan bahagia.

13. Teman-teman seperjuangan seluruh mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

14. Pihak-pihak lain yang tidak bisa sebutkan satu persatu yang telah memberikan sedikit atau banyak andil dan doa kepada saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Saya ucapkan banyak terima kasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berhadap semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Yogyakarta, 6 Januari 2024

Penulis



Via Luthfiatul Haya

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PENYATAAN TIDAK PLAGIASI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I	2
PENDAHULUAN.....	2
A. Latar Belakang	2
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI.....	14
A. Landasan Teori.....	14
1. Pemasaran.....	14
2. Kualitas Layanan	15
a. Ciri-ciri layanan.....	16
b. Indikator kualitas layanan.....	16
3. Promosi.....	18
a. Tujuan promosi.....	19
b. Bauran promosi	20
c. Indikator promosi	22
4. <i>Digital Marketing</i>	22

a.	Dimensi <i>digital marketing</i>	23
b.	Indikator <i>digital marketing</i>	25
5.	Kepuasan Pelanggan.....	26
a.	Faktor kepuasan pelanggan	27
b.	Indikator kepuasan pelanggan	28
6.	Loyalitas Pelanggan.....	28
a.	Karakteristik loyalitas pelanggan	29
b.	Faktor loyalitas pelanggan.....	30
c.	Indikator loyalitas pelanggan	31
B.	Hipotesis.....	32
C.	Model Penelitian	35
BAB III.....		36
METODE PENELITIAN.....		36
A.	Metode Penentuan Sampel.....	36
1.	Populasi	36
2.	Sampel	36
B.	Metode Pengumpulan Data.....	38
1.	Jenis data	38
2.	Teknik Pengumpulan Data	38
3.	Skala Pengukuran	39
C.	Definisi Operasional Variabel.....	40
1.	Variabel Independen.....	40
2.	Variabel Dependen	43
D.	Uji Kualitas Data.....	44
1.	Uji validitas	44
2.	Uji reliabilitas	45
E.	Teknik Analisis Data.....	46
1.	Analisis Deskriptif.....	46
2.	Analisis regresi linear berganda	47
3.	Uji Parsial (Uji t)	47
4.	Koefisien Determinasi (R²)	49
BAB IV		50

ANALISIS DATA	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Analisis Deskriptif dan Pembahasan.....	52
C. Uji Kualitas Data.....	59
1. Uji Validitas.....	59
2. Uji Reliabilitas.....	63
D. Analisis Data	65
1. Analisis Regresi Linear Berganda	65
3. Koefisien Determinasi	69
4. Pembahasan	70
BAB V.....	75
KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Keterbatasan Penulis	75
C. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai GMV Pesan-Antar makanan di 6 Negara ASEAN	4
Gambar 1. 2 Logo ShopeeFood	4
Gambar 1. 3 Nilai transaksi layanan pesan-antar makanan Indonesia (2022).	6
Gambar 1. 4 Contoh penjualan makanan dan minuman di ShopeeFood	7

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	39
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Independen	40
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel Dependen	43
Tabel 4. 1 Karakteristik responden	52
Tabel 4. 2 Distrbusi jawaban responden kualitas layanan	54
Tabel 4. 3 Distrbusi jawaban responden promosi	55
Tabel 4. 4 Distrbusi jawaban responden digital marketing.....	56
Tabel 4. 5 Distrbusi jawaban responden kepuasan pelanggan.....	57
Tabel 4. 6 Distrbusi jawaban responden loyalitas pelanggan	58
Tabel 4. 7 Analisis CFA kualitas layanan.....	60
Tabel 4. 8 Analisis CFA promosi.....	61
Tabel 4. 9 Analisis CFA digital marketing	62
Tabel 4. 10 Analisis CFA kepuasan pelanggan	62
Tabel 4. 11 Analisis CFA loyalitas pelanggan.....	63
Tabel 4. 12 Hasil uji reliabilitas	64
Tabel 4. 13 Hasil analisis regresi linear berganda.....	65
Tabel 4. 14 Hasil analisis uji t.....	67
Tabel 4. 15 Hasil koefisien determinasi.....	69