

**PERAN KEPUASAN MEMEDIASI PENGARUH CITRA MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SURAT KABAR
DI ERA DIGITALISASI**

SALSABILA RIFDAH

1707617089



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi Ini Ditulis Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

BRAND IMAGE AND PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY OF NEWSPAPERS IN ERA DIGITALIZATION

SALSABILA RIFDAH

1707617089



*Building
Future
Leaders*

*This thesis is organized as one of the requirements for Obtaining Bachelor of Education
at Faculty of Economics State University of Jakarta*


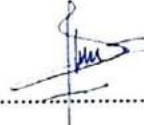
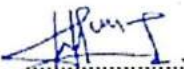
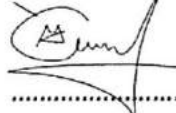
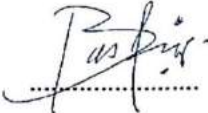

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2021

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
 Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 (Ketua Penguji)		06 Agustus 2021
2	<u>Drs. Nurdin Hidayat, MM., M.Si</u> NIP. 196610302000121001 (Penguji I)		12 Agustus 2021
3	<u>Muhammad Yusuf, S.E., M.M</u> NIP. 198906202020121006 (Penguji II)		16 Agustus 2021
4	<u>Dra. Basrah Saidani, M.M., M.Si</u> NIP. 196301191992032001 (Pembimbing 1)		09 Agustus 2021
5	<u>Rvna Parlyna, MBA</u> NIP.197701112008122003 (Pembimbing 2)		14 Agustus 2021
Nama : Salsabila Rifdah No. Registrasi : 1707617089 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 30 Juli 2021			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

mpus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dra. Basrah Saidani, M.M., M.Si.**
NIP : 196301191992032001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : **Ryna Parlyna, M.B.A**
NIP : 197701112008122003
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Salsabila Rifdah
No. Registrasi : 1707617089
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek
Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan
Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai
Variabel Pemediasi

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 23 Juli 2021

Dosen Pembimbing I

Dra. Basrah Saidani, M.M., M.Si
NIP. 196301191992032001

Dosen Pembimbing II

Ryna Parlyna, MBA
NIP. 197701112008122003

Mengetahui,
Koord. Program Studi Pendidikan Bisnis

Ryna Parlyna, MBA.
NIP. 197701112008122003

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya mengatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 24 Agustus 2021
Yang membuat pernyataan



NIM. 1707617089



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Salsabila Rifdah
NIM : 1707617089
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/ Program Studi S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : Salsabilarifdah18@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan

Surat Kabar di Era Digitalisasi

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Agustus 2021

(Salsabila Rifdah)

ABSTRAK

SALSABILA RIFDAH. Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Surat Kabar di digitalisasi pada masyarakat Jabodetabek: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2021.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan promosi terhadap loyalitas pelanggan, serta peran kepuasan pelanggan memediasi pengaruh citra merek dan promosi terhadap loyalitas pelanggan surat kabar di era digitalisasi. Penelitian ini dilakukan di Jabodetabek. Penelitian dilakukan selama kurang lebih enam bulan terhitung sejak Januari 2021 hingga Juni 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada responden menggunakan *google form*. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif disertai dengan analisis jalur. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembaca atau pelanggan surat kabar di Jabodetabek. Dalam pengambilan sampel digunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 200 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pembaca surat kabar. Citra merek dan promosi bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek dan promosi bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan mampu memediasi pengaruh citra merek dan promosi terhadap loyalitas pelanggan surat kabar.

Kata Kunci : Citra merek, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

SALSABILA RIFDAH. The Role of Satisfaction Mediating the Effect of Brand Image and Promotion on Newspaper Customer Loyalty in digitizing the Jabodetabek community: Business Education Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, 2021. The purpose of this study was to determine how the influence of brand image and promotion on customer loyalty, and the role of customer satisfaction mediating the effect of brand image and promotion on newspaper customer loyalty in the digitalization era. This research was conducted in Jabodetabek. The research was conducted for approximately six months starting from January 2021 to June 2021. The research method used was a survey method by distributing questionnaires to respondents using a google form. The data used in this study is quantitative data accompanied by path analysis. The population used in this research is the readers or subscribers of newspapers in Jabodetabek. In taking the sample used purposive sampling technique as many as 200 respondents. The results showed that brand image has a positive and significant influence on customer satisfaction. Promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction. Brand image has a positive and significant influence on customer loyalty. Promotion has a positive and significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a positive and significant influence on the loyalty of newspaper readers. Brand image and promotion together have a positive and significant influence on customer satisfaction. Brand image and promotion together have a positive and significant influence on customer loyalty. In addition, this study also shows that customer satisfaction is positively and significantly able to mediate the effect of brand image and promotion on newspaper customer loyalty.

Keywords : *Brand Image, Promotion, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat, hidayah dan karunianya Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Surat Sabar Di Era Digitalisasi”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penyusunan skripsi ini Peneliti menyadari bahwa pembuatan dan penyusunan pada skripsi ini masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Basrah Saidani, M.M, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, saran, serta dukungan dalam membimbing peneliti untuk penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, waktu, dukungan serta saran kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
4. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.
5. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

7. Kedua orang tua yang tercinta, yaitu Bapak Mat Sasih dan Ibu Lismanah, serta kedua adik saya Dwi Tamara, Prita Kamelia yang telah mendukung dan menemani saya selama ini.
8. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2017 yang telah membantu Peneliti sehingga proposal ini dapat diselesaikan.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner penelitian.

Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat beberapa kekurangan baik dalam bentuk maupun isinya, oleh karena itu Peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik dari pembaca untuk penyempurnaan skripsi ini. Peneliti pun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta pemahaman.

Jakarta, Juli 2021



Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9

BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Teori Pendukung	11
2.1.1 Niat Menggunakan Kembali.....	11
2.1.2 Pengalaman.....	15
2.1.3 Kepercayaan.....	17
2.1.4 Hasil Penelitian yang Relevan	21
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	32
2.2.1 Kerangka Teori	32
2.2.2 Pengembangan Hipotesis.....	35
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
3.1.1 Waktu Penelitian.....	36
3.1.2 Tempat Penelitian.....	36
3.2 Desain Penelitian.....	36
3.2.1 Metode Penelitian	36
3.2.2 Korelasi Hubungan Antar Variabel	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi.....	37

3.3.2	Sampel	37
3.4	Pengembangan Instrumen	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	48
3.6	Teknik Analisis Data	49
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Deskripsi Data	55
1.	Profil Responden	55
2.	Profil Data	57
4.2	Analisis Data	65
1.	Uji Asumsi Klasik	65
2.	Menentukan Persamaan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	68
3.	Uji Sobel	74
4.	Uji Koefisien	75
4.3	Pembahasan	78
BAB V	83
PENUTUP	83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Implikasi	84
5.3	Keterbatasan Penelitian	85

5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	85
	DAFTAR PUSTAKA.....	87
	LAMPIRAN.....	92
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	132



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Alasan Pelanggan Memilih Surat Kabar Online	4
Tabel 1. 2 Kendala yang Dialami Ketika Mengakses Portal Online.....	4
Tabel 1. 3 Hal yang Mendorong Pelanggan untuk Membaca Koran Tempo.....	7
Tabel 2. 1 Matrix Hasil Penelitian yang Relevan.....	26
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbandingan Jurnal	28
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan	39
Tabel 3. 2 Skala Penelitian Instrumen Loyalitas Pelanggan.....	39
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	40
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen Citra Merek dan Promosi.....	42
Tabel 3. 5 Skala Penilaian Instrumen Citra Merek dan Promosi	43
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Citra Merek dan Pengalaman.....	44
Tabel 3. 7 Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan	46
Tabel 3. 8 Skala Penilaian Instrumen Kepuasan Pelanggan	46
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	47
Tabel 3. 10 Interpretasi Tingkat Korelasi.....	53
Tabel 4. 1 Sebaran Wilayah Domisili Responden	55
Tabel 4. 2 Sebaran Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4. 3 Sebaran Usia Responden.....	56

Tabel 4. 4 Sebaran Pekerjaan Responden	56
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y)	58
Tabel 4. 6 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	58
Tabel 4. 7 Rata-rata Hitung Skor Indikator Loyalitas Pelanggan	59
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Citra Merek dan Promosi (X)	60
Tabel 4. 9 Tabel Distribusi frekuensi Variabel Citra Merek dan Promosi	61
Tabel 4. 10 Rata-rata Hitung Skor Indikator Citra Merek dan Promosi (X).....	62
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan(Z).....	63
Tabel 4. 12 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan	63
Tabel 4. 13 Rata-rata Hitung Skor Indikator Kepuasan Pelanggan(Z)	64
Tabel 4. 14 Uji Normalitas Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	65
Tabel 4. 15 Uji Linearitas Pengalaman terhadap Loyalitas Pelanggan.....	67
Tabel 4. 16 Uji Linearitas Citra Merek dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.	67
Tabel 4. 17 Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	67
Tabel 4. 18 Coefficients Citra Merek dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	68
Tabel 4. 19 Coefficients Citra Merek dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan ...	69
Tabel 4. 20 Coefficients Kepuasan Citra Merek dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	70

Tabel 4. 21 Pengalaman terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

..... 70

Tabel 4. 22 Koefisien Jalur Citra Merek dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan
melalui Kepercayaan Coefficients 71



Tabel 4. 23 Koefisien Determinasi Citra Merek dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	71
Tabel 4. 24 Rangkuman Dekomposisi Koefisien Jalur	72
Tabel 4. 25 Koefisien Regresi Citra Merek dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	74
Tabel 4. 26 Koefisien Regresi Citra Merek dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	74
Tabel 4. 27 Citra Merek dan Promosi, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	75
Tabel 4. 28 Uji Koefisien Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	76
Tabel 4. 29 Uji Koefisien Determinasi Citra Merek dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	76
Tabel 4. 30 Uji Koefisien Determinasi Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan .	77
Tabel 4. 31 Uji Koefisien Determinasi secara Keseluruhan.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	35
Gambar 3. 1 Konstelasi Hubungan Antar Variabel.....	37
Gambar 4. 1 Grafik Histogram Loyalitas Pelanggan.....	59
Gambar 4. 2 Grafik Histogram Citra Merek.....	61
Gambar 4. 3 Grafik Histogram Kepuasan.....	64
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normal Probability Plot.....	66
Gambar 4. 5 Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris Citra Merek dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Form Konsultasi Skripsi	92
Lampiran 2 – Kuesioner Survei Awal	93
Lampiran 3 – Uji Coba Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 4 – Hasil Uji Coba Kuesioner Penelitian dan Uji Validitas	98
Lampiran 5 – Uji Reabilitas Kuesioner Uji Coba Penelitian	101
Lampiran 6 – Kuesioner Uji Final	104
Lampiran 7 – Tabulasi Data Uji Final Citra Merek dan Promosi (X)	107
Lampiran 8 – Tabulasi Data Uji Final Citra Merek dan Promosi (Y)	112
Lampiran 9 – Tabulasi Data Uji Final Kepuasan Pelanggan(Z)	117
Lampiran 10 – Deskripsi Data Citra Merek dan Promosi	122
Lampiran 11 – Deskripsi Data Kepuasan Pelanggan	123
Lampiran 12 – Distribusi Data Loyalitas Pelanggan	124
Lampiran 13 – Hasil Output SPSS Uji Normalitas	125
Lampiran 14 – Hasil Output SPSS Uji Linearitas	126
Lampiran 15 – Hasil Output SPSS Uji Analisis Jalur	126
Lampiran 16 – Hasil Output SPSS Uji Analisis Jalur	128
Lampiran 17 – Hasil Output SPSS Uji Koefisien Korelasi	129

