

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KEPERCAYAAN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN  
LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN DI JAKARTA**

**VIRA KURNIASIH**

**1707618050**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu prasyarat mendapatkan Gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2022**

***THE EFFECT OF SALES PROMOTION, TRUST ON CUSTOMER LOYALTY  
THROUGH CUSTOMER SATISFACTION FOOD DELIVERY SERVICE IN  
JAKARTA***

**VIRA KURNIASIH**

**1707618050**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

***This thesis was prepared to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor  
of Education Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta***

***BUSINESS EDUCATION PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMIC***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**2022**

## ABSTRAK

**VIRA KURNIASIH.** Pengaruh Promosi Penjualan, Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan di Jakarta. Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen layanan pesan antar makanan di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi semua konsumen GoFood di Jakarta. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan tiga kriteria di antaranya berdomisili di Jakarta, berusia minimal 17 tahun, dan menggunakan layanan pesan antar makanan minimal lima kali dalam satu bulan terakhir. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 responden. Penelitian ini menggunakan SPSS dan AMOS untuk menganalisis data. Terdapat enam hipotesis yang diterima yaitu promosi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen GoFood, promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GoFood, kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GoFood, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen GoFood, promosi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen GoFood, kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen GoFood. Namun, terdapat satu hipotesis yang ditolak yaitu kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen GoFood.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Promosi Penjualan







## ABSTRACT

**VIRA KURNIASIH.** *The Effect of Sales Promotion, Trust on Customer Loyalty through Customer Satisfaction Food Delivery Service in Jakarta.* Jakarta: Business Education Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2022.

*This study aims to determine the effect of sales promotion, trust on customer loyalty through customer satisfaction of food delivery service in Jakarta. This study uses quantitative methods with a population of all GoFood customers in Jakarta. The sample in this study used a purposive sampling technique with three criteria including domiciled in Jakarta, at least 17 years old, and using food delivery services at least five times in the past month. The number of samples in this study was 200 respondents. This study uses SPSS and AMOS to analyze the data. There are six accepted hypotheses: sales promotion has an effect on GoFood customer loyalty, sales promotions has an effect on GoFood customer satisfaction, trust has an effect on GoFood customer satisfaction, customer satisfaction has an effect on GoFood customer loyalty, sales promotion has an effect on customer loyalty through GoFood customer satisfaction, trust has an effect on customer loyalty through GoFood customer satisfaction. However, there is one hypothesis that is rejected namely trust has no effect on GoFood customer loyalty.*

*Keywords: Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Sales Promotion, Trust*

## LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
<b>Penanggung Jawab</b> <b>Dekan Fakultas Ekonomi</b>  <b>Prof. Dr. Ari Saptono. S.E., M.Pd</b> <b>NIP 197207152001121001</b>			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP 196301191992032001 (Ketua Penguji)		15 November 2022
2	Dr. Osly Usman, M.Bus NIP 197401152008011008 (Penguji 1)		23 November 2022
3	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev NIP 198507232010121002 (Penguji 2)		17 November 2022
4	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP 198702092015042001 (Pembimbing 1)		22 November 2022
5	Rahmi, S.E., M.S.M NIP 198305012018032001 (Pembimbing 2)		23 November 2022
Nama : Vira Kurniasih No. Registrasi : 1707618050 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 26 Oktober 2022			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

# PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

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 yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, November 2022

Yang membuat pernyataan



Vira Kurniasih

NIM. 1707618050

# LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://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 : Vira Kurniasih  
NIM : 1707618050  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/Prodi S1 Pendidikan Bisnis  
Alamat email : vikuvi0429@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 :

Pengaruh Promosi Penjualan, Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen melalui  
Kepuasan Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan Di Jakarta

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, 18 Januari 2023

Penulis

( Vira Kurniasih )

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan ridhonya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga saya yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi dan semangat selama pengerjaan skripsi ini. Saya juga berterima kasih kepada Ibu Ika Febrilia dan Ibu Rahmi atas bimbingan, arahan, dan dukungan yang diberikan. Selain itu, terima kasih kepada sahabat-sahabat saya yang senantiasa menemani dan memberikan dukungan. Tak lupa terima kasih kepada teman-teman Pendidikan Bisnis atas dukungan dan pemberian semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih kepada semua pihak yang telah kebersamai, mendoakan, mendukung saya selama penyusunan skripsi sampai dengan selesai.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan, Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan di Jakarta”. Peneliti menyadari dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Nadya Fadillah Fidyallah, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis.
3. Ika Febrilia S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
4. Rahmi S.E., M.S.M., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama perkuliahan.
6. Keluarga yang senantiasa memberikan perhatian, serta dukungan baik secara moril maupun materil.
7. Sahabat yang memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi.

8. Teman-teman di Pendidikan Bisnis yang telah memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti mengetahui bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena ini, peneliti menghargai umpan balik yang membangun untuk skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, September 2022



Peneliti

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1 Teori Pendukung .....	11
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	11

2.1.2	Loyalitas Konsumen.....	13
2.1.3	Kepuasan Konsumen.....	15
2.1.4	Kepercayaan.....	18
2.1.5	Promosi Penjualan.....	20
2.2	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	21
2.2.1	Penelitian Terdahulu .....	21
2.2.2	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Konsumen.....	27
2.2.3	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen.....	28
2.2.4	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen.....	29
2.2.5	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
2.2.6	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	32
2.2.7	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	34
2.2.8	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>37</b>
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian .....	37
3.2	Desain Penelitian.....	37
3.3	Populasi dan Sampel .....	37
3.3.1	Populasi.....	37
3.3.2	Sampel.....	38
3.4	Pengembangan Instrumen .....	38

3.4.1	Promosi Penjualan.....	39
3.4.2	Kepercayaan.....	39
3.4.3	Kepuasan Konsumen.....	40
3.4.4	Loyalitas Konsumen.....	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6	Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	45
3.6.2	Uji Validitas.....	46
3.6.3	Uji Reliabilitas.....	46
3.6.4	SEM AMOS.....	46
3.6.5	Uji Hipotesis.....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>50</b>
4.1	Deskripsi Data.....	50
4.1.1	Karakteristik Responden.....	50
4.1.2	Analisis Deskriptif.....	52
4.2	Hasil.....	57
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
4.2.2	Uji Kelayakan Model.....	59
4.2.1	Uji Hipotesis.....	65
4.3	Pembahasan.....	68
4.3.1	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Konsumen.....	68
4.3.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen.....	69

4.3.3	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen.....	70
4.3.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
4.3.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	72
4.3.6	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	73
4.3.7	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	74
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>75</b>
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Implikasi.....	76
5.2.1	Implikasi Teoretis.....	76
5.2.2	Implikasi Praktis .....	77
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	79
5.4	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>90</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>		<b>108</b>