

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN *ONLINE*
TRAVEL AGENT DI KOTA JAKARTA: BAGAIMANA
PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SERTA
CUSTOMER VALUE?**

PRATIWI WULANDARI

1705621148



Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

**ANALYSIS OF CUSTOMER LOYALTY OF ONLINE
TRAVEL AGENTS IN JAKARTA CITY: WHAT IS THE
ROLE OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AND
CUSTOMER VALUE?**

PRATIWI WULANDARI

1705621148



This Thesis is Prepared to Fulfill One of the Requirements for Obtaining a
Bachelor's Degree in Management at the Faculty of Economics and Business,
State University of Jakarta

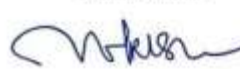
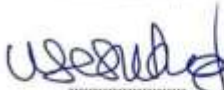
BACHELOR'S DEGREE PROGRAM IN MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D. NIP. 197509162006041001 (Ketua Penguji)		25 Juli 2025
2	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A. NIP. 199111022022032013 (Penguji 1)		8 Juli 2025
3	Dr. Ryna Parlina, B.Bus., M.Bus NIP. 197701112008122003 (Penguji 2)		8 Juli 2025
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		14 Juli 2025
5	Ika Febrilia, S.E., M.M. NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 2)		24 Juli 2025
Nama : Pratiwi Wulandari No. Registrasi : 1705621148 Program Studi : Manajemen Tanggal Lulus : 23 Juni 2025			

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

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun 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 diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 12 Juli 2025



Pratiwi Wulandari

NIM. 1705621148

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Pratiwi Wulandari
NIM : 1705621148
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Alamat email : pratiwiwulandari285@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 :

Analisis Loyalitas Pelanggan Online Travel Agent di Kota Jakarta: Bagaimana Peran Social Media Marketing dan Customer Relationship Management serta Customer Value?

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, 1 Agustus 2025
Penulis

(Pratiwi Wulandari)

ABSTRAK

PRATIWI WULANDARI. Analisis Loyalitas *Online Travel Agent* di Kota Jakarta: Bagaimana Peran *Social Media Marketing*, *Customer Relationship Management* serta *Customer Value*?. Skripsi. Jakarta. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Jakarta. 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *social media marketing*, *customer relationship management* (CRM), dan *customer value* terhadap *customer loyalty*, dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada layanan *online travel agent* di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 226 responden yang merupakan pengguna aktif Traveloka. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui bantuan *software* AMOS dan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*, serta *customer satisfaction* juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Temuan ini menekankan pentingnya integrasi strategi pemasaran digital, pengelolaan hubungan pelanggan, serta penciptaan nilai pelanggan yang optimal dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di era layanan digital.

Kata kunci: *Social Media Marketing*, *Customer Relationship Management*, *Customer Value*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*, *Online Travel Agent*.

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

PRATIWI WULANDARI. *Analysis of Customer Loyalty of Online Travel Agents in Jakarta City: What is The Role of Social Media Marketing and Customer Relationship Management and Customer Value?. Thesis. Jakarta. Management Study Program. State University Jakarta. 2025.*

This study aims to analyze the influence of social media marketing, customer relationship management (CRM), and customer value on customer loyalty, with customer satisfaction as a mediating variable in the context of online travel agent services in Jakarta. The research employed a quantitative approach, with data collected through a questionnaire distributed to 226 respondents who are active users of Traveloka. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with the support of AMOS and SPSS software. The results indicate that all three independent variables have a positive and significant effect on both customer satisfaction and customer loyalty, while customer satisfaction also has a significant impact on customer loyalty. These findings highlight the importance of integrating digital marketing strategies, effective customer relationship management, and the creation of perceived customer value in enhancing customer loyalty in the digital service era.

Keywords: *Social Media Marketing, Customer Relationship Management, Customer Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Online Travel Agent.*

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul *“Analisis Loyalitas Pelanggan Online Travel Agent di Kota Jakarta: Bagaimana Peran Social Media Marketing dan Customer Relationship Management serta Customer Value?”* sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing 1 Skripsi, penulis menyampaikan terima kasih atas bimbingan, nasihat, serta masukan yang begitu berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Ika Febrilia, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing 2 skripsi, penulis menyampaikan terima kasih atas bimbingan, nasihat, serta masukan yang begitu berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan pengetahuan, saran, dan dorongan selama masa studi dan penyusunan skripsi, serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak bantuan dalam proses administrasi selama proses perkuliahan ini.
6. Cinta Pertamaku Bapak Yayat, terima kasih karena telah menjadi sosok yang begitu kuat dan tak pernah menyerah untuk menyekolahkan anakmu, meskipun beliau tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan. Beliau mungkin tak paham isi skripsi ini, tapi Beliau mengerti betapa pentingnya ilmu

untuk masa depan anaknya. Di balik setiap halaman yang tertulis, ada keringat, lelah, dan doa Beliau yang tak pernah terdengar namun terasa begitu dalam. Beliau adalah alasan utama saya berdiri sejauh ini. Semoga skripsi ini bisa menjadi salah satu bentuk kecil dari rasa hormat dan cinta saya pada perjuangan Beliau yang luar biasa.

7. Pintu surgaku Ibu Ecih Sukaesih, terima kasih atas setiap doa yang Ibu panjatkan tanpa saya tahu, yang selalu menjadi pelindung di setiap langkah dan perjalanan hidup saya. Terima kasih atas dukungan yang Ibu berikan, yang tidak pernah saya minta tapi selalu saya terima, dalam bentuk perhatian kecil, masakan hangat, atau sekadar kalimat “mamah selalu doain” yang terasa begitu besar artinya. Tanpa doa dan cinta Ibu, saya tidak akan sampai sejauh ini. Semoga hasil kecil ini bisa menjadi persembahan dari anakmu yang tak akan pernah bisa membalas semua kebaikanmu.
8. Kepada adikku Viska Novitasari, Terima kasih telah menjadi penghibur di tengah kepenatan, sumber tawa di kala lelah, dan teman bercerita yang tak pernah bosan mendengarkan. Dukunganmu mungkin sederhana, tapi kehadiranmu selalu jadi alasan untuk terus semangat. Semoga keberhasilan ini bisa menjadi motivasi dan kebanggaan untuk kita bersama.
9. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Alfianda Nurul Ikhsan. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam proses perjalanan penulis menyusun skripsi ini. Terima kasih atas waktu, tenaga, bantuan materiil, serta kesediaan untuk selalu menemani bukan hanya sebagai pendukung, tetapi juga penghibur di saat sedih, pendengar setia dalam keluh kesah, dan pengingat agar penulis tidak mudah menyerah. Segala dukungan dan ketulusanmu sangat berarti, dan menjadi salah satu kekuatan utama yang membuat penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
10. Kepada teman-teman seperjuangan yang luar biasa, Indah Rahayu, Jasmin Dwihapsari, Elsa Venia, Reza Afifah, Monica Thalia, Terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan dukungan yang tulus selama masa penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena telah menjadi bagian dari perjalanan ini, menjadikan proses yang melelahkan terasa lebih ringan dan penuh makna.

Semoga setiap perjuangan kita hari ini menjadi pijakan bagi masa depan yang lebih cerah.

11. Kepada diriku sendiri, Pratiwi Wulandari Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih telah melalui hari-hari penuh tekanan, rasa lelah, dan keraguan tanpa benar-benar menyerah. Meskipun sering merasa tidak cukup kuat, kamu tetap memilih untuk melangkah. Terima kasih karena sudah berani mencoba, berproses, dan menyelesaikan apa yang kamu mulai. Skripsi ini bukan hanya hasil kerja keras, tapi juga bukti bahwa kamu mampu melewati apa yang dulu kamu takutkan. Aku bangga padamu.

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun telah memberikan dukungan moral maupun material selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi, khususnya dalam pengembangan ilmu manajemen di bidang pemasaran digital.

Jakarta, 12 Juli 2025

Penulis,

Pratiwi Wulandari

1705621148

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1 Teori Pendukung	16
2.1.1 <i>Social Media Marketing</i>	16
2.1.2 <i>Customer Relationship Management</i>	18
2.1.3 <i>Customer Value</i>	19
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	21
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	24
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	26
2.2.1 Pengembangan Hipotesis	26

2.2.2 Kerangka Teori.....	30
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	32
3.2 Desain Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Pengembangan Instrumen	33
3.4.1 Variabel Penelitian	33
3.4.2 Operasional Variabel	34
3.4.3 Skala Pengukuran.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Teknik Analisis Data	39
BAB IV	45
HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Data.....	45
4.1.1 Karakteristik Responden	45
4.1.1.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
4.1.1.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	46
4.1.1.3 Karakteristik responden berdasarkan domisili	47
4.1.1.4 Karakteristik responden berdasarkan status pendidikan	48
4.1.1.5 Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan	49
4.1.1.6 Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan.....	50
4.1.2 Analisis Deskriptif	51
4.1.2.1 Variabel <i>social media marketing</i>	52
4.1.2.2 Variabel <i>customer relationship management</i>	53
4.1.2.3 Variabel <i>customer value</i>	54
4.1.2.4 Variabel <i>customer loyalty</i>	56

4.1.2.5 Variabel <i>customer satisfaction</i>	57
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	58
4.2.1 Uji validitas dan reliabilitas data.....	58
4.2.1.1 <i>Explanatory factor analysis</i> (EFA).....	58
4.2.1.2 <i>Confirmatory factor analysis</i> (CFA)	60
4.2.1.2.1 <i>First order construct</i>	61
4.2.1.2.2 <i>Full model</i>	66
4.2.1.2.3 <i>Fitted model</i>	67
4.2.2 Uji hipotesis	69
4.2.3 Pembahasan.....	70
BAB V.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Implikasi.....	82
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	82
5.2.2 Implikasi Praktis	82
5.3 Keterbatasan Penelitian	84
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN - LAMPIRAN	100

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data <i>Top Brand Index</i> (TBI) Situs <i>Online Booking</i> Tiket Pesawat dan Hotel.....	4
Tabel 2.1	Penelitian yang Relevan	24
Tabel 3.1	Indikator Penelitian	34
Tabel 3.2	Pengukuran Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 3.3	Nilai <i>Loading Significant</i> EFA Berdasarkan Jumlah Sampel.....	40
Tabel 3.4	Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i>	43
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	46
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	47
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan domisili	48
Tabel 4.4	Karakteristik responden berdasarkan status pendidikan	49
Tabel 4.5	Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan	50
Tabel 4.6	Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan.....	51
Tabel 4.7	Analisis deskriptif variabel <i>social media marketing</i>	52
Tabel 4.8	Analisis deskriptif variabel <i>customer relationship management</i>	54
Tabel 4.9	Analisis deskriptif variabel <i>customer value</i>	55
Tabel 4.10	Analisis deskriptif variabel <i>customer loyalty</i>	56
Tabel 4.11	Analisis deskriptif variabel <i>customer satisfaction</i>	58
Tabel 4.12	<i>Explanatory Factor Analysis</i> setiap variabel.....	59
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>First Order</i> variabel <i>social media marketing</i>	61
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>First Order</i> variabel <i>customer relationship management</i>	62
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>First Order</i> variabel <i>customer value</i>	63
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>First Order</i> variabel <i>customer loyalty</i>	64
Tabel 4.17	Hasil Uji <i>First Order</i> variabel <i>customer satisfaction</i>	65
Tabel 4.18	Hasil <i>Full Model</i> SEM Amos	66
Tabel 4.19	Hasil <i>Fitted Model</i> SEM Amos	68
Tabel 4.20	Pernyataan Indikator <i>Fitted Model</i>	69
Tabel 4.21	Hasil Uji Hipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tingkat Penetrasi Internet	1
Gambar 1.2	Diagram Pengguna Situs Perjalanan <i>Online</i>	3
Gambar 1.3	Unggahan Konten Instagram Traveloka.....	5
Gambar 1.4	Traveloka <i>Points</i>	6
Gambar 1.5	<i>Review</i> Pengguna Traveloka 2022-2024	7
Gambar 1.6	Testimoni Pengguna Traveloka Tahun 2024	8
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian	30
Gambar 4.1	Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Social Media Marketing</i>	61
Gambar 4.2	Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	62
Gambar 4.3	Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Value</i>	63
Gambar 4.4	Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Loyalty</i>	64
Gambar 4.5	Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ...	65
Gambar 4.6	<i>Full Model</i>	66
Gambar 4.7	<i>Fitted Model</i>	67

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 2: Hasil <i>Explanatory Factor Analysis</i>	104
Lampiran 3: Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	107
Lampiran 4: Hasil <i>Fitted Model</i> SEM AMOS	111
Lampiran 5: Kartu Konsultasi Bimbingan dan Perbaikan Skripsi.....	112
Lampiran 6: Persetujuan Sidang Skripsi.....	115
Lampiran 7: Hasil Uji Turnitin.....	116

