

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI
PT WEEDO NIAGA GLOBAL**

SKRIPSI



Oleh
Susanto
170910084

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI
PT WEEDO NIAGA GLOBAL**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**



**Susanto
170910084**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Susanto
NPM/NIP : 170910084
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Mengatakan bahwa “**Skripsi**”, yang saya buat dengan judul :

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT WEEDO NIAGA GLOBAL

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 22 Januari 2021



Susanto
170910084

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI
PT WEEDO NIAGA GLOBAL**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh :
Susanto
170910084**

**Tidak disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 22 Januari 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Heryenzus', is centered on the page. The signature is stylized and somewhat cursive.

**Heryenzus, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Perkembangan sistem teknologi informasi untuk saat ini semakin canggih sehingga membawa dampak pada persaingan yang semakin ketat dan juga sulit bagi perusahaan untuk selalu menembus, menguasai pasar ataupun membuat perusahaan memanfaatkan kepentingan pemasaran dan juga penjualan produknya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan, kepuasan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada PT Weedo Niaga Global, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan kausalitas kuantitatif. Untuk sampel ditentukan dengan menggunakan random sampling dengan responden sebanyak 119 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan kuesioner. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola dan menganalisis data penelitian ini adalah SPSS versi 25. Dari hasil analisis diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 37,4%. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa nilai pada variabel kepercayaan t-hitung sebesar $5,023 > 1.98045$ dengan $\text{sig } 0,000 < 0.05$. untuk t-hitung variabel kepuasan sebesar $5.024 > 1.98045$ dengan $\text{sig } 0.000 < 0.05$. dan untuk t-hitung variabel promosi sebesar $3,000 > 1.98045$ dengan $\text{sig } 0,003 < 0.05$. Maka hasil dari ketiga variabel dinyatakan bahwa masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga secara simultan variabel kepercayaan, kepuasan dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Weedo Niaga Global.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kepuasan, Promosi ; Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

The development of information technology systems is currently increasingly sophisticated so that it has an impact on increasingly fierce competition and it is also difficult for companies to always penetrate, control the market or make companies take advantage of marketing interests and also sales of their products. This study aims to examine the effect of trust, satisfaction and promotion on customer loyalty at PT Weedo Niaga Global, either partially or simultaneously. This study used a descriptive research design with quantitative causality. The sample is determined using random sampling with 119 respondents as respondents. Data collection in this study was carried out by collecting questionnaires. The software used to manage and analyze the research data is SPSS version 25. From the analysis, the coefficient of determination (R²) is 37.4%. The results of the t test show that the value of the t-count confidence variable is $5.023 > 1.98045$ with sig $0.000 < 0.05$. for the t-count of the satisfaction variable of $5.024 > 1.98045$ with sig $0.000 < 0.05$. and for t-count the promotion variable is $3,000 > 1.98045$ with sig $0.003 < 0.05$. Then the results of the three variables state that each variable has a positive and significant effect on customer loyalty. So that simultaneously the variables of trust, satisfaction and promotion simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty at PT Weedo Niaga Global.

Keywords : *Trust; Satisfaction; Promotion; Customer loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Perusahaan Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan Segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom, M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E, M.Si. selaku Dekan Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.
4. Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis.
6. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.
7. Kedua orang tua yang memberikan kasih sayang dan cinta yang tulus serta menjadi tempat curahan hati penulis, atas doa, nasihat, serta dukungan yang mereka berikan.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan terutama mahasiswa jurusan manajemen bisnis yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama masa perkuliahan serta dalam masa penyusunan skripsi ini.
9. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi in.
10. Para responden atas partisipasi dan dukungannya.
11. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya.

Batam, 22 Januari 2021

Penulis



Susanto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori Dasar.....	10
2.1.1. Kepercayaan.....	10
2.1.1.1. Pengertian Kepercayaan.....	10
2.1.1.2. Jenis Kepercayaan.....	11
2.1.1.3. Dimensi Kepercayaan.....	11
2.1.1.4. Indikator Kepercayaan.....	12
2.1.2. Kepuasan.....	12
2.1.2.1. Pengertian Kepuasan.....	12
2.1.2.2. Ciri-Ciri Kepuasan.....	13
2.1.2.3. Metode Kepuasan.....	13
2.1.2.4. Indikator Kepuasan.....	14
2.1.3. Promosi.....	15
2.1.3.1. Pengertian Promosi.....	15
2.1.3.2. Tujuan Promosi.....	15
2.1.3.3. Bauran Promosi.....	16
2.1.3.4. Indikator Promosi.....	16
2.1.4. Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.4.2. Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.4.3. Faktor Penentu Loyalitas Pelanggan.....	18
2.1.4.4. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	19
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Kerangka Pemikiran.....	21

2.3.1	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	21
2.3.2	Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	21
2.3.3	Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	21
2.4	Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN		23
3.1	Desain Penelitian	23
3.2	Operasional Variabel	23
3.2.1	Variabel Independen	23
3.2.2	Variabel Dependen.....	24
3.3	Populasi Dan Sampel.....	26
3.3.1	Populasi.....	26
3.3.2	Sampel.....	26
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5	Metode Analisis Data.....	28
3.5.1	Statistik Deskriptif.....	28
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	28
3.5.2.1	Uji Validitas	28
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	29
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	29
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	29
3.5.3.2	Uji Multikolinieritas.....	30
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	30
3.5.4	Uji Pengaruh	30
3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	30
3.5.4.2	Analisis Determinasi (R^2).....	31
3.5.4.3	Uji T (Uji Parsial)	31
3.5.4.4	Uji-F (Regresi Simultan).....	31
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	32
3.6.1	Lokasi Penelitian	32
3.6.2	Jadwal Penelitian	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Profil Responden.....	33
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	33
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	34
4.2	Analisis Deskriptif.....	35
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan (X_1).....	35
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan (X_2).....	36
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X_3)	37
4.2.4	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	38
4.3	Hasil Uji Kualitas Data	39
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	39
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	41
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	42
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	42
4.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas	44

4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
4.5	Hasil Uji Pengaruh	45
4.5.1	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	45
4.5.2	Hasil Uji Determinasi (R^2)	46
4.6	Uji Hipotesis	47
4.6.1	Uji Parsial (Uji t)	47
4.6.2	Hasil Uji Simultan (Uji f)	48
4.7	Pembahasan	49
4.7.1	Pengaruh Variabel Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan	49
4.7.2	Pengaruh Variabel Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan	49
4.7.3	Pengaruh Variabel Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	49
4.7.4	Pengaruh Variabel Kepercayaan, Kepuasan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran	52
DAFTAR PUSTAKA		xiv
LAMPIRAN		
Lampiran 1 Pendukung Penelitian		
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	22
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	42
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-P Plot	43

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Tingkat Kepercayaan Pelanggan PT Weedo Niaga Global 2020	3
Tabel 1. 2 Tingkat Kepuasan PT Weedo Niaga Global 2020	4
Tabel 1. 2 Promosi dan Penjualan PT Weedo Niaga Global 2020	5
Tabel 1. 2 Pembelian Berulang PT Weedo Niaga Global 2020.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	27
Tabel 3. 3 Kriteria Analisis Deskriptif.....	28
Tabel 4. 1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4. 2 Profil Responden berdasarkan Usia	34
Tabel 4. 3 Profil Responden berdasarkan Pendidikan	34
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan	35
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan	36
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promosi.....	37
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	38
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	39
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan	40
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	40
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	41
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	41
Tabel 4. 13 Hasil Uji Kolmogorov - Smirnov	43
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Regresi	45
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	46
Tabel 4. 18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	47
Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	48

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3. 1 Koefisien Determinasi	31
Rumus 3. 2 Uji f.....	32