

**PENGARUH PROMOSI DAN POTONGAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DI *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Laras Wijiati

NPM: 41183402180058



Strata 1
Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2025**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN POTONGAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI *E-COMMERCE* TOKOPEDIA

Tanggal: 16 Mei 2025

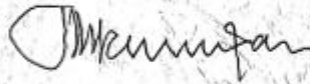
Oleh

Laras Wijati

NPM: 41183402180058

Disetujui,

Pembimbing

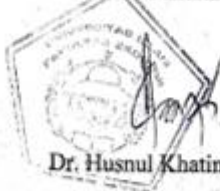


Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN POTONGAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI *E-COMMERCE* TOKOPEDIA

Tanggal: 22 Mei 2025

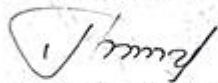
Oleh

Laras Wijati

NPM: 41183402180058

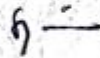
Diuji oleh,

Dosen Penguji I



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

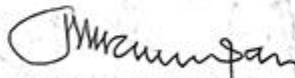
Dosen Penguji II



Dr. Syahyono S.E., M.M.

Disetujui,

Pembimbing



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laras Wijati

NPM : 41183402180058

Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh Promosi dan Potongan Harga terhadap
Loyalitas Pelanggan di *E-commerce* Tokopedia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikasi atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik atau sanksi yang berlaku. Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 6 Mei 2025



Laras Wijati

NPM: 41183402180058

ABSTRAK

Laras Wijati (41183402180058)

Pengaruh Promosi dan Potongan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di *E-commerce* Tokopedia

xiv + 121 halaman + 23 tabel + 4 grafik + 1 diagram + 2025 + 16 lampiran

Kata Kunci: Promosi, Potongan Harga, dan Loyalitas Pelanggan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan potongan harga terhadap loyalitas pelanggan.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia. Sampel penelitian ini adalah konsumen *e-commerce* Tokopedia dengan jumlah 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, dengan data yang digunakan adalah data primer dengan menyebar kuesioner secara *online* melalui *Google Form*.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Promosi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan di *e-commerce* Tokopedia dibuktikan dengan nilai koefisien regresi Promosi β_1 positif yaitu 5,515 dengan tingkat signifikan 0,000 di bawah *level of significant* yaitu 0,05. Variabel Potongan Harga tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan karena nilai koefisien regresi Potongan Harga β_2 yaitu 0,685 dengan tingkat signifikan 0,495 diatas *level of significant* yaitu 0,05.

Daftar Pustaka: 68 (1999 - 2025)

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim.

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.

Penulis menyadari banyak kendala dan rintangan dalam penyelesaian skripsi ini. Tetapi berkat bimbingan, dukungan, motivasi, saran dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, untuk itu saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M. selaku Pembimbing yang dengan sabar dan bersemangat memberikan bimbingan, arahan, masukan dan perhatian kepada penulis, mendorong untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. dan Bapak Dr. Syahyono S.E., M.M. selaku penguji sidang skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
5. Seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan bekal ilmu yang lebih baik dan telah membantu selama proses perkuliahan.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Salamun dan Ibu Fajar Sriyanti, terima kasih karena selalu berjuang untuk kehidupan penulis, mampu mendidik bahkan memotivasi penulis, memberikan dukungan, dan tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang yang juga penuh cinta kepada penulis. Serta adik kandung tersayang,

Dwi Zahara Putri dan Rifqi Aditya Hamizan yang selalu memberikan dukungan dan motivasi agar skripsi ini diselesaikan.

7. Sahabat para cabe tercinta yaitu Hikmatul Khasanah, Sanih Setia Ningsih, Risa Amelia dan Febya Sholihat, terima kasih karena senantiasa membantu, mendukung, bahkan memotivasi setiap kesulitan yang penulis hadapi saat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas segala do'a, dukungan, kasih sayang, kebersamaan, dan telah menjadi teman dalam suka maupun duka.
8. Teman-teman Manajemen khususnya Reguler A, terima kasih atas dukungan, do'a, kasih sayang, kebersamaan dan teman selama penulis berkuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
9. Semua pihak terlibat yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang telah membantu dan memperlancar proses penelitian dari awal sampai selesainya penyusunan skripsi ini, namun tidak mengurangi rasa hormat penulis.
10. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri karena telah berusaha dan berjuang hingga titik ini, yang tidak pernah menyerah karena berbagai masalah dan rintangan yang menghalangi, sehingga skripsi ini pun dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan demikian, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang tujuannya untuk membangun dan menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis memohon kepada Allah SWT. agar membalas semua dukungan, bantuan dan bimbingan yang diberikan oleh setiap orang. Penulis juga berharap skripsi ini akan dapat menambah ilmu dan mempunyai manfaat bagi para pembacanya, Aamiin.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Bekasi. 6 Mei 2025

Yang menyatakan

Laras Wijati

NPM: 41183402180058

DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK DAN DIAGRAM	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Batasan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.6 Sistematika Pelaporan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Loyalitas Pelanggan	18
2.1.1 Tipe Loyalitas	20
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	21
2.1.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan	22
2.1.4 Indikator Loyalitas Pelanggan	23

2.1.5 Manfaat Pelanggan Loyal	24
2.2 Promosi.....	24
2.2.1 Pengertian Promosi	24
2.2.2 Pengertian Promosi Elektronik	25
2.2.3 Tujuan Promosi dan <i>Promotion Mix</i>	26
2.2.4 Indikator-indikator Promosi.....	26
2.2.5 Strategi Promosi.....	28
2.3 Harga	29
2.4 Potongan Harga (Diskon)	30
2.5 Hubungan Relasional Pelanggan.....	32
2.6 Penelitian Terdahulu.....	33
2.7 Kerangka Pemikiran	36
2.7.1 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
2.7.2 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.8 Hipotesis Penelitian.....	39
2.8.1 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan di <i>E-commerce</i>	39
Tokopedia	
2.8.2 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di <i>E-commerce</i>	40
Tokopedia	
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Metode Penelitian.....	42
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.4 Jenis Data	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44

3.6	Instrumen Penelitian	45
3.6.1	Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	45
3.6.2	Variabel Promosi (X1).....	46
3.6.3	Variabel Potongan Harga (X2)	47
3.7	Teknik Analisis Data	47
3.8	Uji Instrumen.....	48
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
3.9	Uji Statistik Deskriptif.....	48
3.10	Uji Asumsi Klasik	49
3.11	Uji Hipotesis.....	51
3.12	Analisis Regresi Berganda	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1	Sejarah Singkat Objek Penelitian	54
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	54
4.2	Identitas Responden	55
4.2.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.3	Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja <i>Online</i>	56
4.3	Deskripsi Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.3.1	Hasil Uji Validitas	57
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	60
4.4	Deskripsi Analisis Data	60
4.4.1	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi (X1).....	60

4.4.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Potongan Harga (X2)	63
4.4.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	64
4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif	66
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
4.6.1 Hasil Uji Normalitas	67
4.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas	68
4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
4.7 Hasil Uji Hipotesis	70
4.7.1 Hasil Uji t (Parsial)	70
4.7.2 Hasil Uji F (Simultan)	71
4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.7.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
4.8.1 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	76
4.8.2 Pengaruh Potongan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	77
4.9 Kelemahan Penelitian.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pra-survei Loyalitas Pelanggan.....	6
Tabel 1.2 Pra-survei Promosi Tokopedia.....	8
Tabel 1.3 Pra-survei Potongan Harga	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja <i>Online</i>	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Promosi (X1).....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Potongan Harga (X2)	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.8 Skor Jawaban responden Variabel Promosi.....	61
Tabel 4.9 Skor Jawaban responden Variabel Potongan Harga	63
Tabel 4.10 Skor Jawaban responden Variabel Loyalitas Pelanggan.....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji t (parsial).....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan).....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 4.18 Koefisien Analisis Regresi Berganda	73
Tabel 4.19 Rekapitulasi Statistik	75

DAFTAR GRAFIK DAN DIAGRAM

	Halaman
Grafik 1.1 Survei Kumparan	4
Grafik 1.2 Survei tSurvey.id	4
Grafik 1.3 Survei Populix	5
Grafik 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Diagram 2.1 Kerangka Pemikiran	38

Hasil Turnitin

Skripsi Laras Wijati.pdf			
ORIGINALITY REPORT			
30%	32%	17%	21%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	5%	
2	eprints.unm.ac.id Internet Source	3%	
3	jurnal.unismabekasi.ac.id Internet Source	3%	
4	repository.ub.ac.id Internet Source	2%	
5	eprints.umm.ac.id Internet Source	2%	
6	repository.uir.ac.id Internet Source	1%	
7	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%	
8	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	1%	
9	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%	