

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE MARKETPLACE* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN PADA APLIKASI
TOKOPEDIA DI BANJARMASIN**



Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

HENIE ANGGRAINI

NIM: 1810312620034

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN


2025

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat :

Nama : Henie Anggraini
NIM : 1810312620034
Fakultas / Jurusan Studi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Judul : Pengaruh *Brand Image Marketplace* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia Di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari Tanggal : Jumat, 13 Juni 2025
Tempat : Ruang Ujian 2
Waktu Ujian : 14.00 – 16.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji :

NAMA	KET	TTD
<u>Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM</u> NIP. 19720909 199903 2 001	Pembimbing	

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Dosen Pembimbing

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen



Abdu Hadi, SE., M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Banjarmasin, 1 September 2025
Mahasiswa



Henie Anggraini
1810312620034

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *BRAND IMAGE MARKETPLACE* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN PADA APLIKASI
TOKOPEDIA DI BANJARMASIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

HENIE ANGGRAINI

NIM. 1810312620034

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 13 Juni 2025

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing

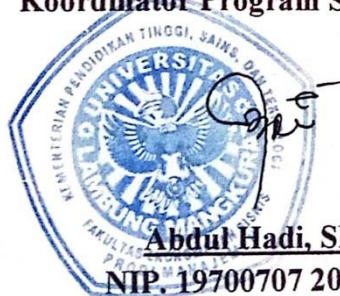


Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM

NIP. 19720909 199903 2 001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE., M.Si

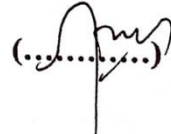
NIP. 19700707 200501 1 001

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Henie Anggraini
NIM : 1810312620034
Jurusan : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image Marketplace* dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Loyalitas Pembelian pada Aplikasi
Tokopedia di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jumat, 13 Juni 2025
Pukul : 14.00 – 16.00

Tim Penguji

Pembimbing : Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM



(.....)

Penguji I : Dr. Rini Rahmawati, SE, MM

Penguji II : Dr. Nuril Huda, SE, MM

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 13 Juni 2025
Yang membuat pernyataan,



Henie Anggraini
NIM. 1810312620034

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun judul skripsi yang penulis susun adalah **PENGARUH BRAND IMAGE MARKETPLACE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN PADA APLIKASI TOKOPEDIA DI BANJARMASIN**".

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Universitas Lambung Mangkurat (ULM) Banjarmasin. Tentunya dengan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, sehingga skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan dan kelemahan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang akan membangun penulis demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua dukungan, bantuan, serta semangat yang telah dicurahkan kepada penulis dari semua pihak. Maka dari itu dengan segala hormat penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bahri, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, SE., M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

4. Ibu Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, dan memberikan masukan, serta pengorbanan waktu dan pikiran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Rini Rahmawati, SE, MM selaku Dosen Penguji I yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan kepada peneliti agar penelitian ini menjadi lebih baik
6. Bapak Dr. Nuril Huda, SE, MM selaku Dosen Penguji II yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan kepada peneliti agar penelitian ini menjadi lebih baik
7. Bapak dan Ibu dosen S1 Manajemen FEB yang telah berjasa memberikan ilmu dan mendidik saya selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Pegawai dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
9. Kedua orang tua yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam penyelesaian pembuatan skripsi ini.
10. Kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat berguna bagi semua pihak.

Banjarmasin, 13 Juni 2025

Peneliti,



Henie Anggraini

NIM. 1810312620034

ABSTRACT

Henie Anggraini (2025). *The Influence of Marketplace Brand Image and Service Quality on Purchase Loyalty on the Tokopedia Application in Banjarmasin*
Advisor : Siti Aliyati Al Bushairi

The objectives of this study are: 1) To test and analyze the influence of brand image on purchase loyalty on the Tokopedia Application in Banjarmasin; 2) To test and analyze the influence of service quality on purchase loyalty on the Tokopedia Application in Banjarmasin

The type of research used is a quantitative approach. The population in this study is the entire community in Banjarmasin, totaling 1,334,978 people taken from data from the Central Statistics Agency in 2022. The sampling technique in this study uses the Quota Sampling technique with a sample size of 100 respondents. Data collection techniques use interviews, questionnaires and library research. The data analysis technique used in this study was multiple linear regression with SPSS Statistics 26.

The results of this study indicate that: 1) Brand image have an effect (positive and significant) on purchasing loyalty on the Tokopedia Application in Banjarmasin; 2)) Service quality have an effect (positive and significant) on purchasing loyalty on the Tokopedia Application in Banjarmasin

Keywords: *Brand Image, Service Quality and Purchase Loyalty*

ABSTRAK

Henie Anggraini (2025). Pengaruh *Brand Image Marketplace* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pembelian pada Aplikasi Tokopedia di Banjarmasin

Pembimbing: Siti Aliyati Al Bushairi

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Menguji dan menganalisis pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pembelian pada Aplikasi Tokopedia di Banjarmasin; 2) Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pembelian pada Aplikasi Tokopedia di Banjarmasin

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Banjarmasin yang berjumlah sebanyak 1.334.978 jiwa yang diambil dari data Badan Pusat Statistik pada tahun 2022. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Quota Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner dan penelitian kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan SPSS Statistics 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Brand image* berpengaruh (positif dan signifikan) terhadap loyalitas pembelian pada Aplikasi Tokopedia di Banjarmasin; 2) Kualitas pelayanan berpengaruh (positif dan signifikan) terhadap loyalitas pembelian pada Aplikasi Tokopedia di Banjarmasin

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pembelian

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	13
2.1.2 <i>Brand Image</i>	15
2.1.3 Kualitas Pelayanan	16
2.2 Keterikatan Antar Variabel	18
2.2.1 Keterikatan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pmebelian	18
2.2.2 Keterikatan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pembelian	19
2.3 Hasil Penelitian Terdahulu	21
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	25
3.1 Kerangka Konseptual	25
3.2 Hipotesis Penelitian	26
3.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pembelian	26
3.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pembelian ..	27
BAB IV METODE PENELITIAN	29
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	29
4.2 Jenis Penelitian	29
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian.....	30
4.4 Unit Analisis.....	30
4.5 Populasi Dan Sampel	30
4.5.1 Populasi	30
4.5.2 Sampel.....	31
4.6 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel.....	32

4.6.1 Variabel Penelitian.....	32
4.6.2 Definisi Operasional Variabel	33
4.7 Teknik Pengumpulan Data	34
4.7.1 Data Primer	34
4.7.2 Data Sekunder.....	36
4.8 Teknik Analisis Data	36
4.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	36
4.8.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas	37
4.8.2.1 Uji Validitas	37
4.8.2.2 Uji Reliabilitas	38
4.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	38
4.8.3.1 Uji Normalitas	39
4.8.3.2 Uji Multikolinearitas.....	39
4.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas	40
4.8.3.4 Uji Linearitas	40
4.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
4.8.5 Koefisien Determinasi.....	42
4.8.6 Uji Hipotesis.....	43
4.8.6.1 Uji t	43
BAB V HASIL PEMBAHASAN DAN ANALISIS	44
5.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
5.2 Hasil Penelitian dan Analisis.....	46
5.2.1 Karakteristik Responden	46
5.2.2 Analisis Statistik Deskriptif	50
5.2.3 Uji Instrumen Penelitian	53
5.2.4 Uji Asumsi Klasik	56
5.2.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	60
5.2.6 Koefisien Determinasi.....	62
5.2.7 Uji Hipotesis.....	63
5.2.8 Pembahasan Hasil Penelitian	65
5.2.9 Implikasi Hasil Penelitian	68
5.2.10 Keterbatasan Penelitian	75
BAB VI PENUTUP	76
6.1 Kesimpulan.....	76
6.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 4. 1 Kriteria Sampel Penelitian	31
Tabel 4. 2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4. 3 Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden	36
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden: Usia	47
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden: Pendidikan Terakhir	48
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden: Jumlah Pendapatan.....	49
Tabel 5. 4 Skor Jawaban Responden pada <i>Brand Image</i> (X1)	51
Tabel 5. 5 Skor Jawaban Responden pada Kualitas Pelayanan (X2).....	52
Tabel 5. 6 Skor Jawaban Responden pada Loyalitas Pembelian (Y).....	53
Tabel 5. 7 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 5. 8 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 5. 9 Hasil Uji Normalitas: <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	57
Tabel 5. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 5. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas: Uji Glejser	59
Tabel 5. 12 Hasil Uji Linearitas	60
Tabel 5. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	61
Tabel 5. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
Tabel 5. 15 Hasil Uji t.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Media Sosial Tokopedia	4
Gambar 1. 2 Penghargaan Tokopedia	5
Gambar 1. 3 <i>Review</i> Kualitas Pelayanan Pengguna Aplikasi Tokopedia	7
Gambar 1. 4 <i>Review</i> Negatif Kualitas Pelayanan Pengguna Aplikasi Tokopedia ..	8
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	25