

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN *BRAND TRUST* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN APLIKASI GOFOOD PADA GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Jurusan Administrasi Bisnis

Oleh:

MEISYA AULIA RAHMI

NIM 2210412220031



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN *BRAND TRUST* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN APLIKASI GOFOOD PADA GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : MEISYA AULIA RAHMI
NIM : 2210412220031
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP : 197604142001121003

[.....]

b. Penguji I

Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
NIP : 199211262019032026

[.....]

c. Penguji II

Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
NIP : 197805242006042001

[.....]

Banjarmasin, 25 Mei 2026

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001

M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP. 197604142001121003



Mengetahui
Dekan FISIP UNLAM

Dharmasvika, S.Sos., M.Si.
NIP. 1977104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id>

SURAT TUGAS

Nomor 685/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

1. M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
2. Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
3. Noor Hidayati, S.Sos, M.AB

Untuk menguji **Skripsi** Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Meisya Aulia Rahmi
NIM : 2210412220031
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Brand Trust terhadap Loyalitas
Pelanggan Aplikasi GoFood pada Generasi Z di Kota
Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 22 April 2026
J a m : 10.30 Wita – Selesai
T e m p a t : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 15 April 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu tanggal 22 bulan April tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 685/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 15 April 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Meisya Aulia Rahmi
NIM : 2210412220031
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi GoFood pada Generasi Z di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 10.30 Wita s.d Selesai
Nilai :
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 22 April 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

1. Ketua : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

2. Sekretaris : Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si

3. Anggota : Noor Hidayati, S.Sos, M.AB

Meisya Aulia Rahmi

Mengetahui/membenarkan :
Dekan
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan Ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi dan *Brand Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi GoFood pada Generasi Z di Kota Banjarmasin”, sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, sekaligus Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan arahan sehingga penelitian ini dapat disusun dengan lebih baik.
5. Bapak Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, memberikan koreksi dan masukan selama penyusunan skripsi ini.

6. Ibu Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Penguji I yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan sehingga penelitian ini dapat disusun dengan lebih baik.
7. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu pengetahuan sebagai dasar dan bekal dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, 25 Mei 2026



Meisya Aulia Rahmi
NIM. 2210412220031

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan kemudahan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada mereka yang telah menjadi bagian berarti dalam setiap proses perjalanan penulis.

Kedua Orang Tua Tercinta

Terima kasih karena tidak pernah berhenti mendoakan, mendukung, dan memercayai setiap langkah yang penulis tempuh. Semua kasih sayang, pengorbanan, serta kesabaran yang selalu diberikan menjadi kekuatan terbesar dalam setiap proses yang dilalui.

Kakak dan Adik Tersayang

Terima kasih karena selalu menjadi sumber semangat dan penghibur yang menemani perjalanan penulis hingga sampai pada titik ini.

Teman-Teman

Kepada teman-teman seperjuangan selama masa perkuliahan, Iska, Melsa, Imel, Dina, dan Wafiq. Terima kasih karena selalu kebersamai penulis baik suka maupun duka dan membantu dalam proses penyelesaian kuliah selama ini. Setiap tawa, kebersamaan, serta cerita telah menjadi bagian berharga dalam perjalanan ini. Kepada teman tersayang penulis sedari kecil, Salsa dan Zahra. Terima kasih karena selalu mendukung dan menjadi tempat keluh kesah setiap proses penulis.

Penulis, Meisya Aulia Rahmi

Terima kasih karena tetap bertahan, meskipun ada banyak hari yang terasa berat untuk dijalani hingga pada akhirnya sampai di titik ini. Karya ini menjadi bukti bahwa proses panjang dan usaha yang dilakukan tidak pernah sia-sia. Semoga pencapaian sederhana ini menjadi pengingat bahwa diri ini mampu bertumbuh, bangkit, dan menyelesaikan apa yang pernah diperjuangkan dengan penuh harapan.

“One chapter completed, many more to come.”

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 25 Mei 2026
Yang membuat pernyataan,



Meisya Aulia Rahmi
NIM. 2210412220031

ABSTRAK

Meisya Aulia Rahmi, 2210412220031, 2026. *Pengaruh Promosi dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi GoFood pada Generasi Z di Kota Banjarmasin*, di bawah bimbingan: M. Hasanur Arifin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial dan simultan variabel Promosi dan *Brand Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi GoFood pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei dan tipe *explanatory research* yang dilakukan di Kota Banjarmasin. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden Generasi Z pengguna aplikasi GoFood di Kota Banjarmasin menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung (*offline*) dan melalui Google Form (*online*). Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 29 for Windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan, *Brand Trust* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan. Secara simultan Promosi dan *Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi GoFood pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: Promosi, *Brand Trust*, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Meisya Aulia Rahmi, 2210412220031, 2026. The Influence of Promotion and Brand Trust on Customer Loyalty of the GoFood Application among Generation Z in Banjarmasin City, supervised by: M. Hasanur Arifin.

This study aims to determine and examine the partial and simultaneous significant effects of Promotion and Brand Trust variables on Customer Loyalty of the GoFood application among Generation Z in Banjarmasin City.

This study employed a quantitative approach with a survey research design and explanatory research type conducted in Banjarmasin City. The sample in this study consisted of 100 Generation Z respondents who were GoFood application users in Banjarmasin City, selected using a non-probability sampling technique with an accidental sampling method. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires directly (offline) and through Google Forms (online). Data analysis used multiple linear regression with the assistance of SPSS 29 for Windows.

The results showed that Promotion has a partially significant effect on Customer Loyalty, and Brand Trust also has a partially significant effect on Customer Loyalty. Simultaneously, Promotion and Brand Trust have a significant effect on Customer Loyalty of the GoFood application among Generation Z in Banjarmasin City.

Keywords: *Promotion, Brand Trust, Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA	ii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Landasan Teoritis	22
2.1.1 Pemasaran	22
2.1.2 Perilaku Konsumen	25
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	30
2.1.4 Promosi	35
2.1.5 <i>Brand Trust</i>	38
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	44
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	50
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	50
2.3.2 Model Penelitian	54

BAB III METODE PENELITIAN.....	55
3.1 Pendekatan Penelitian	55
3.2 Desain Penelitian.....	55
3.3 Lokasi Penelitian.....	56
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	56
3.4.1 Populasi	56
3.4.2 Besar Sampel.....	57
3.4.3 Teknik Sampling	58
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	58
3.5.1 Variabel Independen	59
3.5.2 Variabel Dependen.....	61
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.7 Teknik Analisa Data.....	64
3.7.1 Skala Pengukuran.....	64
3.7.2 Deskriptif Statistik	65
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	67
3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
3.7.6 Uji Hipotesis.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN	73
4.1 Profil Responden	73
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.1.2 Berdasarkan Usia	74
4.1.3 Berdasarkan Domisili.....	75
4.1.4 Berdasarkan Pekerjaan	76
4.1.5 Berdasarkan Penghasilan	77
4.2 Deskriptif Variabel.....	79
4.2.1 Deskriptif Variabel Promosi (X1).....	79
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> (X2).....	84
4.2.3 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	88
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	92

4.3.1	Uji Validitas	92
4.3.2	Uji Reliabilitas	94
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	95
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	95
4.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	97
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	98
4.5	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	99
4.6	Hasil Uji Hipotesis	101
4.6.1	Hasil Uji Parsial (Uji t)	101
4.6.2	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	102
4.6.3	Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	103
BAB V PEMBAHASAN HASIL		105
5.1	Pembahasan Hasil Penelitian	105
5.1.1	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	105
5.1.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	106
5.1.3	Pengaruh Promosi dan <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	108
5.2	Implikasi Hasil Penelitian	109
5.2.1	Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	109
5.2.2	<i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	110
5.2.3	Promosi dan <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	112
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	114
BAB VI PENUTUP		115
6.1	Kesimpulan	115
6.2	Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN.....		123
BIODATA.....		143

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1. 1	Jumlah Penduduk Menurut Umur Tunggal dan Jenis Kelamin..	10
Tabel 1. 2	Pra Survei Faktor Loyalitas Pelanggan Aplikasi GoFood	12
Tabel 2. 1	Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	62
Tabel 3. 2	Instrumen Skala Likert.....	65
Tabel 3. 3	Rentang Kategori Jawaban Responden.....	65
Tabel 3. 4	Interpretasi Koefisien Korelasi	72
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	75
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	77
Tabel 4. 6	Distribusi Frekuensi Variabel Promosi (X1)	79
Tabel 4. 7	Distribusi Frekuensi Variabel Brand Trust (X2)	84
Tabel 4. 8	Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	88
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas	92
Tabel 4. 10	Hasil Uji Reliabilitas.....	94
Tabel 4. 11	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	97
Tabel 4. 12	Hasil Uji Multikolinearitas	97
Tabel 4. 13	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	100
Tabel 4. 14	Hasil Uji Parsial (Uji t)	101
Tabel 4. 15	Hasil Uji Simultan (Uji F)	103
Tabel 4. 16	Hasil Koefisien Determinasi	103

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1. 1	Nilai Transaksi Bisnis Pesan Antar Makanan Indonesia 2021-2024 ...	3
Gambar 1. 2	Aplikasi Pemesanan Makanan Online Terpopuler.....	4
Gambar 1. 3	Estimasi Nilai Penjualan Bruto GoFood Indonesia 2021-2024	6
Gambar 1. 4	Pra Survei Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan	11
Gambar 1. 5	Promosi pada Aplikasi GoFood.....	14
Gambar 2. 1	Model Penelitian	54
Gambar 4. 1	Hasil Uji Normalitas Histogram	95
Gambar 4. 2	Hasil Uji Normalitas Grafik Normal Probability Plot.....	96
Gambar 4. 3	Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	99
Gambar 5. 1	Model Akhir Penelitian	113