

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PENGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



Oleh

Lula Ayu Wardhani

232811941

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI

BEKASI

2026

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Lula Ayu Wardhani
NIM : 232811941
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Shoppe Di Kota Bekasi.

Skripsi diatas telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Bekasi, 12 Februari 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing



Dr. Sofia Maulida, S.E., MM

NIDN: 0309027801



Dr. Darwin Hasiholan, S.E., M.Si

NIDN: 0328037401

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA BEKASI

Oleh

Lula Ayu Wardhani

232811941

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini
Bekasi, 27 Februari 2026

Ketua Tim Penguji



(Dr. Sofia Maulida, SE., MM)

NIDN: 0309027801

Anggota Tim Penguji 1



(Irvan FC Oentoeng, SE., MM)

NIDN: 041118204

Anggota Tim Penguji 2



(Dr. Darwin Hasiholan, SE., MSi)

NIDN: 0328037401

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku pada perguruan tinggi.

Bekasi, 28 Februari 2026



Lula Ayu Wardhani

NIM: 232811941

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Lula Ayu Wardhani
NIM : 232811941
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada Sekolah **Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Shoope Di Kota Bekasi”.

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggungkan secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam Karya Ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 20 Maret 2026


Lula Ayu Wardhani

NIM: 23281941

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah 2:286)

“Aku mambahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya”

L-

Persembahan

Karya ini saya persembahkan untuk

“Ibu & Bapak saya. Orang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Terimakasih atas segala pengorbanan yang tak ternilai. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi”.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Bekasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 95 responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian uji parsial (uji t) dengan menunjukkan hasil $t_{hitung} 2.038 > t_{tabel} 1,98638$ dan taraf signifikan $0,044 < 0,5$ yang artinya variabel citra merek secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kepercayaan menunjukkan hasil $t_{hitung} 3.246 > t_{tabel} 1,98638$ dan taraf signifikansi $0,002 < 0,05$ yang artinya kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Untuk variabel kepuasan menunjukkan hasil $t_{hitung} 0,732 > t_{tabel} 1,98638$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan hasil signifikan yang artinya variabel kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada hasil uji F nilai F_{hitung} sebesar 210.178 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,70 dengan hasil signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang menyatakan bahwa variabel citra merek, kepercayaan dan kepuasan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna shopee di Kota Bekasi. Pada hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,87 atau 87% yang berarti bahwa variabel independen dalam penelitian ini yaitu citra merek, kepercayaan dan kepuasan dapat memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan sebesar 87%. Topik ini relevan dengan fenomena saat ini terutama dikalangan masyarakat perkotaan yang sering berbelanja online lewat Shoppe.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of brand image, trust, and satisfaction on customer loyalty among Shopee application users in Bekasi City. The research employed a quantitative method using a survey approach by distributing questionnaires to 95 respondents. The data were analyzed using multiple linear regression. The partial test t -test results indicate that brand image has a positive and significant effect on customer loyalty t -value $2.038 > t$ -table 1.98638 ; significance $0.044 < 0.05$. Trust also shows a positive and significant effect on customer loyalty t -value $3.246 > t$ -table 1.98638 ; significance $0.002 < 0.05$. Meanwhile, satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty significance $0.000 < 0.05$. The simultaneous test F -test shows that brand image, trust, and satisfaction simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty F -value $210.178 > F$ -table 2.70 ; significance $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination R Square is 0.87 , indicating that 87% of customer loyalty can be explained by brand image, trust, and satisfaction, while the remaining 13% is influenced by other variables not examined in this study. This topic is relevant to current phenomena, particularly among urban communities who frequently engage in online shopping through Shopee.

Keywords: *Brand Image, Trust, Satisfaction, Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata Pendidikan S1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti. Adapun judul dari penulisan skripsi ini berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Shoppe Di Kota Bekasi”.

Dalam penelitian ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena menyadari keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan yang berupa bimbingan, kritik, saran dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak yang bersifat membangun.

Dengan tersusunya skripsi ini penulis ingin menyampaikan ucapan Terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan nikmat sehat, kemudahan, kekuatan serta kelancaran dalam setiap proses sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Panutanku dan pintu surgaku, ayahanda Sri Rahayu Widodo dan ibunda Ariwati, beliau memang tidak merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan namun beliau selalu bekerja keras tanpa henti dan memberikan dukungan serta doa yang selalu di panjatkan tanpa henti akan selalu mengiringi setiap langkah penulis agar mencapai kesuksesannya. Terimakasih telah menjadi sumber kekuatan penulis untuk tidak menyerah bahkan disaat segalanya terasa berat. Terimakasih sudah menjadi orang tua yang teramat baik. *Love you*, sehat dan bahagia selalu.

3. Diri saya sendiri Lula Ayu Wardhani, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada diri sendiri. Terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat, kepada raga yang terus melangkah, meski lelah sering kali tak terlihat. Terima kasih meski tidak semua hal berjalan sesuai harapan. Penulis bangga kepada diri sendiri yang telah mampu melewati berbagai fase dalam kehidupan ini. Semoga ke depannya, raga ini tetap kuat, hati tetap tegar, dan jiwa tetap lapang dalam menghadapi setiap proses kehidupan. Mari terus tumbuh dan berkembang, menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari. Terimakasih sudah bertahan.
4. Ketua Pembina Yayasan Prima Bina Bangsa, dr. Marion E. Aritonang.
5. Ketua STIE Tri Bhakti, Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom,
6. Ketua Program Studi Manajemen Dr. Sofia Maulida, S.E., MM
7. Dosen Pembimbing Dr. Darwin Hasiholan, SE., Msi yang telah meluangkan waktu memberikan arahan dan saran serta masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan sarjana di STIE Tri Bhakti.
9. Kepada saudaraku yang tak kalah penting kehadirannya Muhammad Fadli Ashab.
10. Untuk sahabat saya yaitu Ahsaniya Nabila yang sudah mensupport penulis selama penyusunan skripsi
11. Untuk teman-teman seperjuangan selama masa kuliah yang telah mendukung dan menyemangati penulis disaat penulis menghadapi kesulitan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Untuk teman roblox saya yang senantiasa mendukung, menemani dan menghibur saya selama penyusunan skripsi.

13. Kepada pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis yang sudah membantu.

Bekasi, 29 Januari 2025

Lula Ayu Wardhani

NIM: 232811941

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Penelitian	6
1.4 Perumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.1 Bauran Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.3 E-commerce	12
2.1 Loyalitas Pelanggan	14
2.2.1 Dimensi dan Indikator Loyalitas Pelanggan.....	15
2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	17
2.3 Citra Merek	18

2.3.1	Dimensi dan Indikator Citra Merek	19
2.4	Kepercayaan	20
2.4.1	Dimensi dan Indikator Kepercayaan	22
2.5	Kepuasan	23
2.5.1	Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan	25
2.6	Penelitian Terdahulu	26
2.7	Kerangka Penelitian	30
2.8	Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Desain Penelitian	33
3.1.1	Tujuan Penelitian	33
3.1.2	Metodelogi Penelitian	34
3.1.3	Strategi Penelitian	34
3.1.4	Unit Analisis	34
3.1.5	Keterlibatan penelitian	35
3.1.6	Latar Penelitian	35
3.1.7	Waktu Penelitian	36
3.2	Defenisi Operasional dan Pengukuran	36
3.2.1	Variabel Independen (Variabel Bebas)	37
3.2.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat)	38
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.3.1	Populasi	39
3.3.2	Sampel	40
3.4	Sumber Data	41
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.6	Teknik Analisis Data	42
3.6.1.	Statistik Deskriptif	42
3.6.2.	Pengujian Kualitas Data dan Kelayakan Model Penelitian	42
3.6.3.	Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4. 1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1	Sejarah Shoppe	49

4.1.2	Logo Shoppe.....	51
4.1.3	Visi dan Misi Shoppe.....	51
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4. 2	Hasil Penelitian	53
4.2.1	Uji Statistik Deskriptif.....	53
4.2.2	Uji Validitas	55
4.2.3	Uji Reliabilitas	58
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2.5	Uji Normalitas.....	61
4.2.6	Uji Multikolinieritas.....	63
4.2.7	Uji Autokorelasi.....	64
4.2.8	Uji Heteroskedastisitas	64
4.2.9	Uji Regresi Linier Berganda	66
4.2.10	Uji Hipotesis	67
4.2.11	Hasil Penilaian Responden Pada Kuesioner Penelitian	70
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	78
4.3.1	Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan	79
4.3.2	Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan.....	80
4.3.3	Pengaruh Kepuasan (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan.....	81
4.3.4	Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83
5. 1	Simpulan.....	83
5. 2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN.....		95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>E-commerce</i> yang sering diakses di Indonesia (Tahun 2025).....	1
Gambar 1.2 Data Jumlah Penduduk Kota Bekasi	2
Gambar 1.3 Daftar Konsumen Shopee Berdasarkan Kota/Kabupaten	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	30
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	51
Gambar 4.2 Uji Normalitas P-Plot.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.4 Uji Statistik Deskriptif	54
Tabel 4.5 Uji Validitas 95 Responden Variabel Citra Merek	56
Tabel 4.6 Uji Validitas 95 Responden Variabel Kepercayaan	56
Tabel 4.7 Uji Validitas 95 Responden Variabel Kepuasan.....	57
Tabel 4.8 Uji Validitas 95 Responden Variabel Loyalitas Pelanggan.....	58
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas 95 Responden Variabel Citra Merek	59
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas 95 Responden Variabel Kepercayaan.....	60
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas 95 Responden Variabel Kepuasan	60
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas 95 Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	61
Tabel 4.13 Uji Normalitas One-Sampel K-S	62
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas.....	63
Tabel 4.15 Uji Autokorelasi.....	64
Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.17 Uji Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.18 Uji T	68
Tabel 4.19 Uji F	69
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
Tabel 4.21 Penilaian Responden Pada Pernyataan Variabel Citra Merek	70
Tabel 4.22 Penilaian Responden Pada Variabel Kepercayaan	72
Tabel 4.23 Penilaian Responden Pada Pernyataan Variabel Kepuasan.....	74
Tabel 4.24 Penilaian Responden Pada Pernyataan Variabel Loyalitas Pelanggan	76

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 - HASIL PENGOLAHAN DATA	96
LAMPIRAN 2 - KUESIONER PENELITIAN	107
LAMPIRAN 3 - DAFTAR POPULASI DAN SAMPEL.....	114
LAMPIRAN 4 - HASIL TABULASI DATA RESPONDEN	115
LAMPIRAN 5 - KARTU KONSULTASI	135
LAMPIRAN 6 - SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI.....	136
LAMPIRAN 7 - HASIL CEK PLAGIASI	137
LAMPIRAN 8 - FORMULIR SARAN DAN PERBAIKAN.....	138
LAMPIRAN 9 - DAFTAR RIWAYAT HIDUP	139