

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES,
CUSTOMER TRUST, DAN CUSTOMER EXPERIENCE
TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER PADA
PONOROGO OLSHOP MURAH**



SKRIPSI

Nama : Luluk Rizki Ferdiana
NIM 21415588
Program Studi : Manajemen

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN**

2025

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES*,
CUSTOMER TRUST, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER PADA
PONOROGO OLSHOP MURAH**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Luluk Rizki Ferdiana
NIM 21415588
Program Studi : Manajemen

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Social Media Marketing Activities*, *Customer Trust* Dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas *Customer* Pada Ponorogo *Olshop* Murah
Nama : Luluk Rizki Ferdiana
NIM : 21415588
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 2 Februari 2002
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 4 Agustus 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Titi Rapini, S.E., M.M.
NUPTK.9837741642230122



Wahna Widhianingrum, S.P., M.M.
NUPTK. 3439764665230213

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si
NPK. 1970101619990412

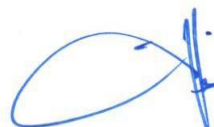
Dosen Penguji :



Titi Rapini, S.E., M.M.
NUPTK.9837741642230122



Dr. Riawan, S.Pd., M.M.
NUPTK.5377633664131113



Naning Kristiyana, S.E., M.M
NUPTK.197509212015031

ABSTRAK

Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing Activities*, *Customer Trust* Dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Customer Pada Ponorogo Olshop Murah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Social Media Marketing Activities*, *Customer Trust*, dan *Customer Experience* terhadap loyalitas *Customer* pada Ponorogo Olshop Murah. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan penyebaran kuesioner melalui Google Form kepada 140 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Social Media Marketing Activities* yang efektif meningkatkan loyalitas, sementara *Customer Trust* terhadap integritas bisnis dan keamanan transaksi juga berperan penting. *Customer Experience* terbukti sebagai variabel dominan yang memengaruhi loyalitas. Secara simultan, ketiga variabel memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Temuan ini menekankan pentingnya strategi pemasaran media sosial, pembangunan kepercayaan, dan peningkatan pengalaman pelanggan untuk mempertahankan loyalitas dalam bisnis.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing Activities, Customer Trust* Dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas *Customer* Pada Ponorogo *Olshop* Murah”. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah seperti saat ini. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata satu (S-1) Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan yang dihadapi, tetapi berkat bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih tulus dan hormat kepada: Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan pihak terkait. Sehubungan dengan itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak – banyaknya kepada :

1. Dr. Rido Kurnianto, M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dr. Riawan, S.Pd., M.M selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Ibu Titi Rapini, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Wahna Widhianingrum, S.P., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staff atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini kedepanya dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Ponorogo, 4 Agustus 2025



(Luluk Rizki Ferdiana)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat, rahmat serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing Activities, Customer Trust Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Customer Pada Ponorogo Olshop Murah*”. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan, serta dukungan dari banyak pihak yang selama membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Cinta pertama dan panutanku, ayahku tercinta Purwanto. Beliau memang tidak merasakan pendidikan sampai dengan perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, Ibunda Mariyanah. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau juga memang tidak sempat meneruskan tidak sempat merasakan Pendidikan sampai dengan bangku perkuliahan, tapi semangat motivasi serta do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sajana.
3. Untuk kakaku Okta Dwi Puspitasari dan adikku Yusuf Andre Firmansyah terimakasih banyak atas dukunganya secara moril maupun materil, terimakasih juga atas segala motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
4. Sahabat saya, Galuh Oktavia Putri, Titah Nurrahmah, Umi Setya Ramadhani, Maarifatun Hasanah, Siti Ayuni yang selalu memberi dukungan menyemangati satu sama lain dalam mengejar target untuk bisa segera menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
5. Untuk semua sahabatku yang mungkin tidak bisa di sebutkan satu per satu, terimakasih telah mendukung satu sama lain serta terimakasih telah memberikan bantuan tenaga, pikiran dan support sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya

6. Teman persejuangan angkatan Manajemen D terimakasih sudah kebersamai saya berproses dalam menghadapi dunia perkuliahan. Terimakasih untuk energi positif yang telah diberikan, sukses untuk kalian semua.
7. *Last but not least*, terimakasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 4 Agustus 2025



Luluk Rizki Ferdiana
NIM. 21415588

MOTTO

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Manajemen	12
2.1.2 Fungsi Manajemen.....	13
2.1.3 Manajemen Pemasaran	15
2.1.4 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	18
2.1.6 Perilaku Konsumen.....	21
2.1.7 Pengambilan Keputusan.....	25
2.1.8 <i>Social Media Marketing Activities</i>	33
2.1.9 <i>Customer Trust</i>	36
2.1.10 <i>Customer Experience</i>	38
2.1.11 Loyalitas.....	40
2.2 Penelitian Terdahulu	43
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	48

2.4 Hipotesis.....	48
2.4.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing Activities</i> terhadap Loyalitas <i>Customer</i>	49
2.4.2 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap Loyalitas <i>Customer</i>	49
2.4.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas <i>Customer</i>	50
2.4.4 Pengaruh <i>Social Media Marketing Activities, Customer Trust</i> dan <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas <i>Customer</i>	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	52
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian	52
3.2.1 Populasi.....	52
3.2.2 Sampel.....	53
3.3 Metode Pengambilan Data	54
3.3.1 Data Primer	54
3.4 Definisi Operasional Variabel	56
3.4.1 Variabel Independen	56
3.4.2 Variabel Dependen	59
3.5 Metode Analisis Data.....	60
3.5.1 Uji Instrumen.....	60
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	61
3.5.3 Uji Hipotesis.....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	64
4.1.1 Sejarah Perusahaan	64
4.1.2 Struktur Perusahaan	67
4.2 Hasil Penelitian.....	68
4.2.1 Karakteristik Responden	68
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden	71
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	79
4.3.1 Uji Validitas	79
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	81
4.4 Uji Regresi Linear Berganda	83

4.5 Uji Koefisien Determinasi	85
4.6 Uji Hipotesis	87
4.6.1 Uji T Pengaruh Parsial	87
4.6.2 Uji F Pengaruh Simultan.....	91
4.7 Pembahasan	92
4.7.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing Activities</i> terhadap Loyalitas <i>Customer</i> pada Ponorogo Olshop Murah.....	93
4.7.2 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap Loyalitas <i>Customer</i> pada Ponorogo Olshop Murah.....	96
4.7.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas <i>Customer</i> pada Ponorogo Olshop Murah.....	98
4.7.4 Pengaruh <i>Social Media Marketing Activities</i> , <i>Customer Trust</i> , dan <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas <i>Customer</i> pada Ponorogo Olshop Murah.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 2 : Skala Likert.....	55
Tabel 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja di Toko Ponorogo <i>Olshop</i> Murah.....	69
Tabel 6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial untuk Mengikuti Ponorogo <i>Olshop</i> Murah	70
Tabel 7 : Deskripsi Jawaban Responden <i>Social Media Marketing Activities</i> (X1)	72
Tabel 8 : Tabel Deskripsi Jawaban Responden <i>Customer Trust</i> (X2).....	73
Tabel 9 : Tabel Deskripsi Jawaban Responden <i>Customer Experience</i> (X3).....	76
Tabel 10 : Tabel Deskripsi Jawaban Responden Loyalitas (Y).....	77
Tabel 11 : Uji Validitas	79
Tabel 12 : Uji Reliabilitas.....	82
Tabel 13 : Uji Regresi Linear Berganda.....	83
Tabel 14 : Uji Koefisien Determinasi	85
Tabel 15 : Uji T Pengaruh Parsial.....	87
Tabel 16 : Uji F Pengaruh Simultan.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Pola Dasar dari Model Perilaku Konsumen	23
Gambar 2 : Kerangka Konseptual Penelitian.....	48
Gambar 3 : Struktur Perusahaan Ponorogo <i>Olshop</i> Murah.....	67
Gambar 4 : Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{01}	88
Gambar 5 : Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{02}	89
Gambar 6 : Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{03}	90
Gambar 7 : Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{04}	92

