

**PENGARUH *SELLER REPUTATION, RELATIONSHIP
QUALITY* DAN *MOBILE MARKETING* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA TOKO OLEH-OLEH
GADUNG MELATI PONOROGO**



SKRIPSI

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

Nama : Renaldi Anugerah Wicaksono

NIM : 21415431

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

**PENGARUH *SELLER REPUTATION, RELATIONSHIP
QUALITY* DAN *MOBILE MARKETING* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA TOKO OLEH-OLEH
GADUNG MELATI PONOROGO**



SKRIPSI

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

Nama : Renaldi Anugerah Wicaksono

NIM : 21415431

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Seller Reputation, Relationship Quality*
Dan *Mobile Marketing* Terhadap *Purchase*
Intention Di Toko Oleh-oleh Gaung melati
Ponorogo

Nama : Renaldi Anugerah Wicaksono

NIM : 21415431

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 11 Mei 2002

Program Studi : Manajemen

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

Ponorogo, 12 Februari 2026

Pembimbing I

Pembimbing II



Titis Purwaningrum, SE., M.MA.
NUPTK.6736748649230192



Naning Kristiyana, S.E,MM
NUPTK.2253753654230083

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso, SE, M. Si.
NIK. 19701016 199904 12

Ketua

Dosen Penguji :
Sekertaris

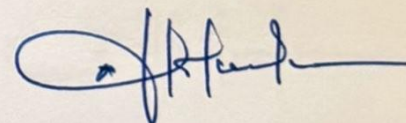
Anggota



Titis Purwaningrum, SE., M.MA.
NUPTK.6736748649230192



Wahna Widhianingrum, SP,MM
NUPTK. 3439764665230213



Dwi Warni Wahyuningsih, SE.MM
NUPTK. 474274665231052

RINGKASAN

Skripsi : “Pengaruh *Seller Reputation*, *Relationship Quality* dan *Mobile Marketing* Terhadap *Purchase Intention* pada Toko Oleh-oleh Gadung Melati Ponorogo” ; Renaldi Anugerah Wicaksono, NIM 21415431, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Seller Reputation*, *Relationship Quality* dan *Mobile Marketing* terhadap *Purchase Intention* Toko Oleh-oleh Gadung Melati Ponorogo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi pelanggan Toko Oleh-oleh Gadung Melati Ponorogo yang bersedia mengisi kuisioner. Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan melalui Purposive sampling dimana sampel dari penelitian ini adalah pelanggan Toko Oleh-oleh Gadung Melati Ponorogo yang telah melakukan kunjungan >1 kali dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 25.

Hasil temuan ini menunjukkan bahwa 1) *Seller Reputation* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*, 2) *Relationship Quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*, 3) *Mobile Marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*, 4) Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Price secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*.

**Kata Kunci : *Seller Reputation*, *Relationship Quality* dan *Mobile Marketing*,
*Purchase Intention***

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur selalu terpanjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Seller Reputation, Relationship Quality* dan *Mobile Marketing* Terhadap *Purchase Intention* pada Toko Oleh-oleh Gadung Melati Ponorogo”**. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat 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.

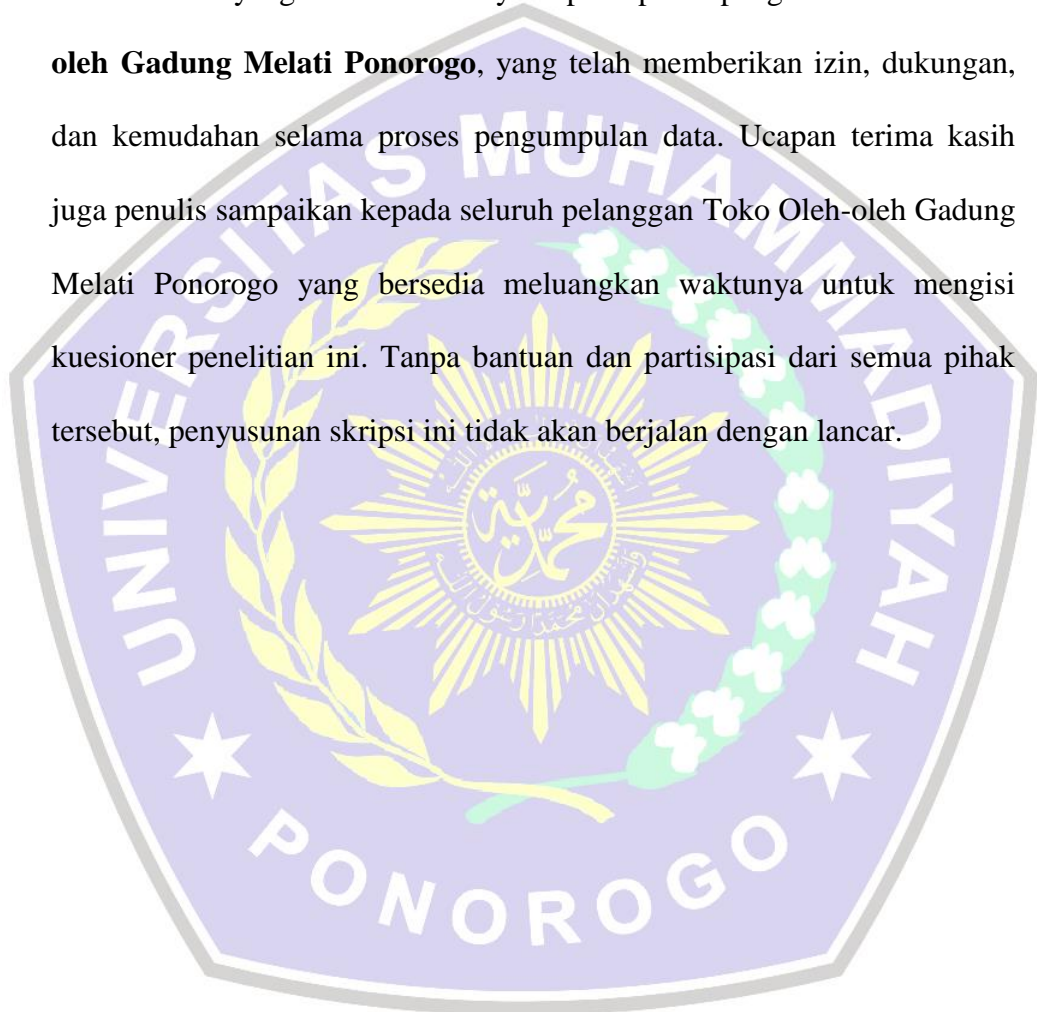
Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu saya sebagai penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Dr. Slamet Santoso, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., M.M. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo

4. Ibu Titis Purwaningrum, SE., M.MA. dan Ibu Naning Kristiyana, S.E, MM selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran dalam memberikan arahan, petunjuk dan bantuannya hingga skripsi ini dapat terselesaikan
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, semoga ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat dan berguna bagi nusa, bangsa, dan agama
6. Teruntuk kedua orang tua tercinta, Bapak Setya Margono dan Ibu Sutiyah support system terbaik yang panutanku saya tumbuh dalam kasih sayang orangtua yang sederhana yang meski tak pernah merasakan bangku kuliah tetapi membantu membimbing saya hingga jalan sarjana memantapkan pola pikir, menambah wawasan dan merancang masa depan yang lebih baik. Ungkapan ini saya abadikan dalam skripsi sebagai bentuk hormat dan bangga yang akan selalu hidup dalam setiap langkah saya. Panjang umur dan sehat selalu orangtuaku
7. Teruntuk teman teman Syahrul, Riko, Fajar, Ronald, Luqman, Krisdianto dan Rahul semua yang gabisa saya sebutkan satu satu terimakasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Terima kasih selalu menjadi tempat berkeluh kesah serta menjadi sumber referensi di masa-masa sulit penulis. *See you on top, guys!*
8. Untuk teman-teman kelas Manajemen B yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam perjalanan akademisku, aku ucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang telah kalian berikan. Kita telah melewati berbagai momen bersama, baik suka maupun duka, yang

menjadikan perjalanan ini lebih berarti. Terima kasih telah menjadi teman yang selalu membantu, berbagi pengetahuan, dan memberikan semangat satu sama lain. Semoga kita semua dapat meraih kesuksesan di masa depan dan kenangan indah selama perkuliahan ini selalu terjaga dalam ingatan kita.

9. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak pengelola **Toko Oleh-oleh Gadung Melati Ponorogo**, yang telah memberikan izin, dukungan, dan kemudahan selama proses pengumpulan data. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh pelanggan Toko Oleh-oleh Gadung Melati Ponorogo yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Tanpa bantuan dan partisipasi dari semua pihak tersebut, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar.



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 12 Agustus 2025



Renaldi Anugerah Wicaksono

NIM. 21415431

MOTTO

Ungkapan diri

Skripsi ini saya persembahkan sebagai wujud syukur dan cinta kedua orang tua terutama untuk Bapak dan Ibu tercinta, yang selalu menjadi tameng dan cahaya dalam hidup saya.

Motto

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al – insyirah : 5-6)



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
RINGKASAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	vi
MOTTO.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Manfaat Penelitian	11
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
1. Manajemen	14
2. Manajemen Pemasaran.....	16
3. <i>Marketing Mix</i>	17
4. Perilaku Konsumen	20

5. Proses Pengambilan Keputusan.....	22
6. <i>Purchase Intention</i>	24
a. Definisi <i>Purchase Intention</i>	24
b. Faktor-faktor <i>Purchase Intention</i>	25
c. Indikator <i>Purchase Intention</i>	26
7. <i>Seller Reputation</i>	27
a. Definisi <i>Seller Reputation</i>	27
b. Indikator <i>Seller Reputation</i>	29
8. <i>Relationship Quality</i>	30
a. Definisi <i>Relationship Quality</i>	30
b. Indikator <i>Relationship Quality</i>	31
9. <i>Mobile Marketing</i>	32
a. Definisi <i>Mobile Marketing</i>	32
b. Indikator <i>Mobile Marketing</i>	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
1) Kerangka Konseptual Penelitian	37
Error! Bookmark not defined.	
3.1 Hipotesis	38
BAB III	43
METODE PENELITIAN	43
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	43

3.2 Populasi dan Sampel	43
a. Populasi.....	43
b. Sampel.....	44
a. Data Primer	45
b. Data Sekunder	45
c. Skala Pengukuran.....	45
2) Definisi Operasional Variabel	46
3.3 Metode Analisis Data	52
a. Uji Instrumen	52
b. Analisis Data.....	53
c. Uji Hipotesis	54
BAB IV	56
4.1. Hasil Penelitian.....	57
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
a. Sejarah Toko Oleh-oleh Gadung Melati Ponorogo.....	57
4.2. Hasil Penelitian Pembahasan.....	61
1. Gambaran Umum Responden.....	61
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	65

2. Deskripsi Variable Penelitian	65
3) PENGUJIAN	72
1. Uji Instrumen.....	72
a. Uji Validitas	72
b. Uji Reliabilitas	74
2. Analisis Data	75
a. Analisis Regresi Linier Berganda	75
3. Uji Hipotesis.....	79
a. UJI T (Parsial).....	79
4.5 PEMBAHASAN	84
a. Pengaruh <i>Seller Reputation</i> (X1) Terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y)..	84
b. Pengaruh <i>Relationship Quality</i> (X2) terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y)	85
c. Pengaruh <i>Mobile Marketing</i> (X3) terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y).....	86
d. Pengaruh <i>Seller Reputation</i> (X1), <i>Relationship Quality</i> (X2), dan <i>Mobile Marketing</i> (X3) terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y) secara simultan	87
BAB V	89
KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1. KESIMPULAN	89
5.2 SARAN	89
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3 1 Skala Likert	46
Tabel 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4 2 Karakteristik Jenis Kelamin	63
Tabel 4 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	65
Tabel 4 5 Skala Interval.....	66
Tabel 4 6 Tanggapan Responden Terhadap Seller Reputation (X1).....	67
Tabel 4 7 Tanggapan Responden Terhadap Relationship Quality (X2).....	68
Tabel 4 8 Tanggapan Responden Terhadap Mobile Marketing (X3).....	70
Tabel 4 9 Tanggapan Responden Terhadap Purchase Intention (Y).....	71
Tabel 4 10 Uji Validitas	73
Tabel 4 11 Uji Realibilitas.....	75
Tabel 4 12 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	78
Tabel 4 14 Hasil Uji T (Parsial)	80
Tabel 4 15 Hasil Uji F (Simultan)	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Menurut Kotler.....	22
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian.....	37
Gambar 4 1 Gadung Melati.....	58
Gambar 4 2 Gadung Melati.....	58
<i>Gambar 4 3 Gmaps Gadung Melati.....</i>	60
Gambar 4 4 Daerah Penerimaan dan Penolakan H01	81
Gambar 4 5 Daerah Penerimaan dan Penolakan H2	82
Gambar 4 6 Daerah Penerimaan dan Penolakan H3	82

