



PENGARUH DISKON TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN ONLINE FOOD DELIVERY

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana dalam Bidang Studi Ilmu Komunikasi

Oleh:

Nurma Dian Ayustina

41182037180100

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM “45”**

BEKASI

2022 M/1444 H

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang akan saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan penelitian ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Skripsi ini.

Bekasi, 11 Agustus 2022



Nurma Dian Ayustina
41182037180100

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Diskon Terhadap Loyalitas Konsumen Online Food Delivery
Nama : Nurma Dian Ayustina
NPM : 41182037180100
Konsentrasi : *Public Relations*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang Skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 11 Agustus 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Tin Hartini, M.Si
NRP: 45.1.01.02.2016.001

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Skripsi



Kartini Rosmalah D.K., M.I.Kom
NRP: 45.1.22.08.2011.025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


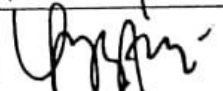
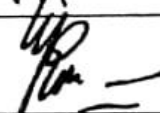
Skripsi yang berjudul **Pengaruh Diskon Terhadap Loyalitas Konsumen Online Food Delivery** dipertahankan dihadapan sidang dengan penguji Skripsi pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Agustus 2022
Waktu : 09.00 - 10.00

Oleh

Nama : Nurma Dian Ayustina
NPM : 41182037180100
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Dosen Penguji	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Winda Primasari, M.Si.	
Penguji I	Tin Hartini, M.Si.	
Penguji II	Kartini Rosmalah D.K., M.I.Kom.	

Bekasi, 22 Agustus 2022

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi,
Sastra dan Bahasa

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi




Yudha Asmara D.A., M.I.Kom.

NRP. 45.1.03.12.2012.029



Tin Hartini, M.Si.

NRP 45.1.01.02.2016.001

ABSTRAK

Universitas Islam “45” Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra dan
Bahasa
2022

Nurma Dian Ayustina/41182037180100

“Pengaruh Diskon Terhadap Loyalitas Konsumen Online Food Delivery”

Di bawah bimbingan Ibu Kartini Rosmalah D.K., M.I.Kom

(66 Halaman + LXVI Halaman), (7 Tabel), (14 Diagram), (2 Grafik), (4 Gambar), (8 Lampiran)

Banyaknya perusahaan yang menggunakan sosial media untuk memasarkan produk dan layanannya yang dimana sarana ini dilakukan untuk meminimalisir *budget* pemasaran dan juga dinilai lebih efektif untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Salah satu perusahaan yang menggunakan sosial media untuk melakukan pemasaran adalah ShopeeFood. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh diskon terhadap loyalitas *online food delivery*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diskon berpengaruh sebesar 57,6% terhadap loyalitas konsumen *online food delivery*, sisanya 42,4% variabel loyalitas konsumen *online food delivery* dipengaruhi oleh faktor-faktor lain (selain potongan harga). Diskon berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen *online food delivery* dengan nilai koefisien 0,456. Saran untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya lebih memperdalam lagi tentang teori komunikasi pemasaran dan loyalitas konsumen. Selain itu, sebaiknya menggunakan variabel lain yang masih belum diteliti pada penelitian ini karena masih ada lagi faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen seperti faktor dari kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan penanganan keluhan konsumen.

Kata Kunci: Diskon, Komunikasi Pemasaran, Loyalitas Konsumen, *Online Food Delivery*.

ABSTRACT

*Universitas Islam 45 Bekasi
Communication Studies Program
Faculty Of Communication, Literature and
Language
2022*

Nurma Dian Ayustina/41182037180100

“The Effect Of Discounts On Consumer Loyalty Online Food Delivery”

Under Supervisor Of Mrs. Kartini Rosmalah D.K., M.I.Kom

(66 Pages + LXVI Pages), (7 Table), (14 Pie), (2 Chart), (4 Pictures), (8 Attachments)

Many companies use social media to market their products and services, where this facility is done to minimize the marketing budget and is also considered more effective for interacting directly with consumers. One company that uses social media to do marketing is ShopeeFood. The purpose of this study was to determine the extent of the effect of discounts on online food delivery loyalty. Data collection techniques using a questionnaire. The data analysis technique used simple linear regression. The results of this study indicate that discounts affect 57.6% of online food delivery consumer loyalty, the remaining 42.4% of online food delivery consumer loyalty variables are influenced by other factors (besides price discounts). Discounts have a positive and significant effect on online food delivery consumer loyalty with a coefficient value of 0.456. Suggestions from further researchers, it is better to study more about marketing communication theory and consumer loyalty. In addition, it is better to use other variables that have not been studied in this study because there are other factors that can affect consumer loyalty such as factors of service quality, customer satisfaction, and handling consumer complaints.

Keywords: *Discount, Consumer Loyalty, Marketing Communication, Online Food Delivery.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa. Peneliti menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Skripsi ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Yudha Asmara D.A, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Ibu Sya’baningrum Prihhartini, M.Hum selaku Wakil Dekan Fakultas, Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Tin Hartini M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Ibu Kartini Rosmalah D.K., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi terimakasih atas ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
6. Mama, Bapak, Mas Irsyad, keluarga, saudara yang telah memberikan bantuan dan dukungan secara materil dan moril.
7. Arialla Indi, Urban’s (Elsa, Kirey, Melani, Nelsa, Rena, Sasha, Syifa, Talitha, Vira) terimakasih atas semuanya bantuan, semangat, dukungan, motivasi yang berarti bagi penulis.
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2018, atas kerjasama kebersamaan dan bantuan yang berarti bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangannya baik dari segi bentuk maupun teknik penyajian oleh sebab itu kritikan yang sifatnya membangun dari berbagai pihak penulis terima dengan baik.

Bekasi, 11 Agustus 2022

Nurma Dian Avustina
41182037180100

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR DIAGRAM	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Secara Akademik	5
1.4.2 Manfaat Secara Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Rujukan Penelitian Tedahulu	6
2.1.1 Penelitian Meliandri dan Anam Miftakhul	6
2.1.2 Penelitian Dewi Ayu dan Dandy Prasetya	6
2.1.3 Penelitian Jessica	7
2.1.4 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Tedahulu dan Penelitian Saat Ini	7
2.2 Kerangka Teori.....	8
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	8
2.2.2 Promosi	10
2.2.3 Media Sosial	12
2.2.4 <i>Instagram</i>	13
2.2.5 Diskon.....	16
2.2.5.1 Indikator Diskon.....	17
2.2.6 <i>Online Food Delivery</i>	18
2.2.7 Loyalitas Konsumen	19
2.2.7.1 Indikator Loyalitas Konsumen	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22

2.4 Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Metode Penelitan	24
3.2 Populasi dan Sampel.....	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel.....	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	26
3.4 Definisi Operasional Variabel	27
3.4.1 Variabel Bebas	28
3.4.2 Variabel Terikat.....	28
3.5 Operasional Variabel Penelitian	29
3.6 Uji Keabsahan Data	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reabilitas.....	33
3.7 Teknik Analisis Data	34
3.6.1 Regesi Linier Sederhana	34
3.6.2 Uji Hipotesis.....	35
3.6.2.1 Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.6.2.2 Uji Signifikansi (Uji t).....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.1.1 ShopeeFood	38
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	39
4.2 Hasil Penelitian.....	39
4.2.1 Karakteristik Responden.....	39
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	46
4.2.2.1 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Diskon (X)	46
4.2.2.2 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen <i>Online Food Delivery</i> (Y).....	52
4.3 Uji Hipotesis	56
4.3.1 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	57
4.3.2 Uji Signifikansi (Uji t).....	59
4.4 Persamaan Regresi Linier Sederhana	60
4.5 Pembahasan	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu	7
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	22
Tabel 3.1 Skor Skala <i>Likert</i>	27
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Angket	32
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas Angket.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	40
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Diskon	46
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen <i>Online Food Delivery</i>	52
Tabel 4.4 Koefisien Determinasi Pengaruh Diskon Terhadap Loyalitas Konsumen <i>Online Food Delivery</i>	57
Tabel 4.5 Uji Signifikansi (Uji t) Pengaruh Diskon Terhadap Loyalitas Konsumen <i>Online Food Delivery</i>	59
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linier Sederhana	60
Tabel 4.7 Rekapitulasi Data Hasil Analisis Linier Sederhana	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Akun <i>Instagram</i> Shopeefood	38
Gambar 4.2 Hasil Tangkapan Layar Besarnya Diskon.....	48
Gambar 4.3 Hasil Tangkapan Layar Pernyataan Tidak Setuju Besarnya Diskon.....	49
Gambar 4.4 Hasil Tangkapan Layar Pernyataan Tidak Setuju Masa Diskon.....	50

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Presentase Jenis Kelamin Responden.....	41
Diagram 4.2 Presentase Usia Responden.....	42
Diagram 4.3 Presentase Domisili Responden	43
Diagram 4.4 Presentase Pekerjaan Responden	44
Diagram 4.5 Presentase Pendidikan Terakhir Responden.....	44
Diagram 4.6 Presentase Intensitas Responden Menggunakan Layanan <i>Online Food Delivery</i> Dalam 1 Bulan	45
Diagram 4.7 Presentase Indikator Infomasi Diskon (X)	47
Diagram 4.8 Presentase Indikator Besar Diskon (X)	48
Diagram 4.9 Presentase Indikator Masa Diskon (X).....	50
Diagram 4.10 Presentase Indikator Jenis Diskon (X)	51
Diagram 4.11 Presentase Indikator <i>Attention</i> (Y)	53
Diagram 4.12 Presentase Indikator <i>Word Of Mouth</i> (Y)	54
Diagram 4.13 Presentase Indikator <i>Repurchase</i> (Y).....	55
Diagram 4.14 Presentase Indikator <i>Unaffected</i> (Y)	56

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 <i>Internet User Using Online Food Delivery Service 2020</i>	2
Grafik 4.1 Persamaan Regresi.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai Pengaruh Diskon (X)	75
Lampiran 3 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Konsumen <i>Online Food Delivery</i> (Y).....	77
Lampiran 4 Rekapitulasi Hasil Skor Kuesioner	79
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Dengan SPSS	80
Lampiran 6 Skor Angket Uji Coba Untuk Uji Validitas Dan Reabilitas	81
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas	82
Lampiran 8 Hasil Uji Reabilitas.....	83