



**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, KUALITAS PELAYANAN  
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA  
KJSB RAFI HAFIED FATHONI**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Ahmad Azka Asrur Mahfud**

**NIM. 204211009**

**PROGRAM STUDI SI BISNIS DIGITAL  
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO**

**2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, KUALITAS PELAYANAN  
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA  
KJSB RAFI HAFIED FATHONI**

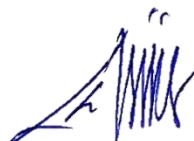
Oleh:

**AHMAD AZKA ASRUR MAHFUD  
NIM. 204211009**

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL  
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO  
TAHUN 2025**

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing serta telah diperkenankan untuk  
diujikan

Ungaran, 30 Juli 2025  
**Pembimbing Utama**



Ari Siswati, S.Kom., M.M.  
NIDN. 0613018802

**HALAMAN PENGESAHAN**

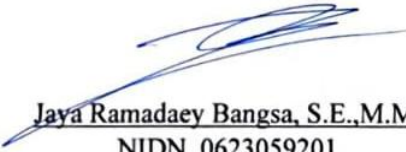
Skripsi berjudul:  
**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, KUALITAS PELAYANAN  
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA  
KJSB RAFI HAFIED FATHONI**

Disusun Oleh:  
**AHMAD AZKA ASRUR MAHFUD  
NIM 204211009**

Telah dipertahankan dan diujikan di depan Tim Penguji Skripsi Proram Studi S1  
Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo, pada:

Hari : Jumat  
Tanggal : 08 Agustus 2025

Tim Penguji  
**Ketua Penguji**

  
Jaya Ramadaey Bangsa, S.E.,M.M.  
NIDN. 0623059201


**Anggota/Penguji I**

  
Irsal Fauzi, S.E., M.M.  
NIDN. 0609078501

**Anggota/Penguji II**

  
Ari Siswati, S.Kom., M.M  
NIDN. 0613018802

**Ketua Program Studi  
S1 Bisnis Digital**

  
Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M  
NIDN. 0623059302

**Dekan Fakultas Ekonomi,  
Hukum dan Humaniora**

  
Budiati, S.Pd., M.Pd.  
NIDN. 0607038201



## PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Ahmad Azka Asrur Mahfud

NIM : 204211009

Program Studi/ Fakultas : S1 Bisnis Digital/Fakultas Ekonomi Hukum dan  
Humaniora

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi berjudul **“PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KJSB RAFI HAFIED FATHONI”**

1. Merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun diperguruan tinggi manapun.
2. Skripsi ini merupakan ide dan hasil karya murni saya yang dibimbing dan dibantu oleh tim pembimbing.
3. Skripsi ini bukan hasil dari plagiasi karya ilmiah orang lain, pendapat atau temuan orang lain yang dikutip didalam skripsi ini telah ditulis berdasarkan kode etik ilmiah.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran didalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dan sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Ngudi Waluyo.

Ungaran, 15 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Yang Menyatakan



Ari Siswati, S.Kom.,M.M  
NIDN. 0613018802

Ahmad Azka Asrur Mahfud  
NIM. 20421100

## PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Azka Asrur Mahfud

NIM : 204211009

Prodi : Bisnis Digital

Tahun Kelulusan : 2025

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada jurusan Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, KUALITAS PELAYANAN DAN KEJERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KJSB RAFI HAFIED FATHONI** Hak bebas Royalti Noneklusif ini memberikan hak bagi jurusan Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo untuk menyimpan, alih media atau format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ungaran, 11 Agustus 2025  
Yang Menyatakan



Ahmad Azka Asrur Mahfud  
NIM. 204211009

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama : Ahmad Azka Asrur Mahfud  
Tempat, Tanggal Lahir : Banjarnegara, 16 Juli 2001  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat : Dukuh Larangan RT 002/003, Blitar, Madukara  
Alamat e-mail : ahmadazka009@gmail.com

### Riwayat Pendidikan

1. Sekolah Dasar Negeri Blitar,
2. Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Banjarnegara,
3. Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Bawang Jurusan Akuntansi,
4. S-1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo,

### Pengalaman Organisasi

1. Anggota MASKI(Masyarakat Ahli Survey Kadaster Indonesia)
2. ....
3. ....

### Pengalaman Lain

1. ....
2. ....
3. ....

### Prestasi Yang Pernah Diraih

1. ....
2. ....
3. ....

## PRAKATA

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul:

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KJSB RAFI HAFIED FATHONI

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Bisnis Digital pada Program Studi Sarjana Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo.

Sehubungan dengan selesainya karya akhir ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Subyantoro, M.Hum selaku Rektor Universitas Ngudi Waluyo.
2. Ibu Budiati, S.Pd., M.Pd. selaku Dekan Program Studi Sarjana Bisnis Digital Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo.
3. Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M. sebagai Ketua Program Studi Sarjana Bisnis Digital FEHH UNW.
4. Ari Siswati, S.Kom., M.M. sebagai dosen pembimbing.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora yang telah membekali penulis dengan berbagai pengetahuan, arahan, dan pengalaman selama penulis berkuliah di Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo.
6. Siti Ngazilah dan Sabar Riyadi sebagai kedua orang tua saya yang sangat saya hormati.
7. Rafi Hafied Fathoni, S.T., M.H. sebagai pimpinan ditempat saya bekerja yang selalu memotivasi saya.
8. Niniek Margianti, S.E.,M.Pd yang telah memberikan doa dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Ajeng Listiyani, S.Pd yang selalu memberikan dukungan dan meluangkan waktu untuk menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Semua pihak yang telah membantu dan memotivasi dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Ungaran, .....

Penulis,

## ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen yang dinamis mengharuskan perusahaan untuk bisa mempertahankan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen dapat menunjukkan komitmen dan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Di provinsi Jawa Barat terdapat 11 KJSB yang tercatat sehingga persaingan cukup ketat maka diperlukan upaya agar dapat bersaing dengan KJSB lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh dari *Social Media Marketing*, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan objek penelitian KJSB Rafi Hafied Fathoni.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode studi pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen KJSB Rafi Hafied Fathoni dalam rentang tahun 2022 sampai dengan 2024 tercatat sebanyak 235 konsumen yang akan digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden dengan teknik non-probability sampling yaitu *purposive* sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM) dengan bantuan alat analisis SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model penelitian telah memenuhi validitas dan reliabilitas konstruk pada asumsi SEM dengan mengacu pada perhitungan SmartPLS sehingga model dinyatakan layak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing*, kepercayaan dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di KJSB Rafi Hafied Fathoni, dan ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di KJSB Rafi Hafied Fathoni.

Saran dalam penelitian ini hendaknya KJSB memperkuat strategi pemasaran melalui media sosial dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, sambil melakukan evaluasi mendalam terhadap kualitas pelayanan melalui audit internal, revisi prosedur operasional, dan pelatihan staf untuk menciptakan loyalitas konsumen yang lebih baik.

**Kata Kunci:** Loyalitas Konsumen, *Social Media Marketing*, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

## **ABSTRACT**

Increasing competition and rapidly evolving consumer behavior require companies to maintain consumer loyalty. Consumer loyalty reflects the commitment and trust consumers place in a company. In West Java Province, there are 11 recorded KJSBs, leading to intense competition, which necessitates efforts to outperform other KJSBs. The purpose of this study is to examine the effects of Social Media Marketing, Service Quality, and Trust on Consumer Loyalty, using KJSB Rafi Hafied Fathoni as the research subject.

This research employs a quantitative approach with hypothesis testing. The population consists of KJSB Rafi Hafied Fathoni's consumers from 2022 to 2024, totaling 235 individuals, from which a sample of 150 respondents was selected using non-probability purposive sampling. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS 3.0.

The results indicate that the research model meets the validity and reliability constructs required by SEM, as calculated via SmartPLS, demonstrating that the model is appropriate. Findings show that Social Media Marketing, Trust, and Satisfaction have a positive and significant effect on Consumer Loyalty at KJSB Rafi Hafied Fathoni, whereas Service Quality has a negative and significant effect.

Therefore, it is recommended that KJSB strengthen its social media marketing strategy to enhance consumer trust, while conducting a comprehensive internal evaluation of service quality through procedural revisions and staff training to foster improved consumer loyalty.

Keywords: Customer Loyalty, Social Media Marketing, Service Quality, Trust

## DAFTAR ISI

COVER.....	iii
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iiiv
PERNYATAAN ORISINILITAS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI .....	x
RIWAYAT HIDUP .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> ii
PRAKATA.....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
DAFTAR ISI .....	xiiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Teori Perilaku Terencana ( <i>Theory of Planned Behavior</i> ) .....	13
2.2 Loyalitas Konsumen.....	15
2.2.1 Definisi Loyalitas Konsumen .....	15
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen .....	16
2.2.3 Tingkatan Loyalitas Konsumen .....	17
2.2.4 Indikator Loyalitas Pelanggan .....	18
2.3 Social Media Marketing .....	18
2.3.1 Konsep Social Media Marketing .....	18
2.3.2 Indikator Social Media Marketing.....	19
2.4 Kualitas Pelayanan .....	20

2.4.1 Konsep Kualitas Pelayanan .....	20
2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan .....	21
2.5 Kepercayaan .....	22
2.5.1 Konsep Kepercayaan .....	22
2.4.2 Indikator Kepercayaan .....	23
2.6 Kepuasan Konsumen .....	24
2.6.1 Konsep Kepuasan Konsumen .....	24
2.6.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Kerangka Berpikir .....	28
2.4 Hipotesis .....	30
2.4.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Loyalitas Konsumen .....	30
2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.....	31
2.4.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen .....	32
2.4.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen .....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.2 Lokasi dan Periode Penelitian .....	35
3.3 Populasi dan Sampel .....	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel .....	36
3.4 Sumber Data .....	37
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.6.1 Variabel Dependen .....	38
3.6.2 Variabel Independen .....	39
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	40
3.7.1 Uji Validitas .....	40
3.7.1.1 Variabel Loyalitas Konsumen .....	41
3.7.1.2 Variabel Social Media Marketing .....	42
3.7.1.3 Variabel Kualitas Pelayanan.....	42
3.7.1.4 Variabel Kepercayaan .....	43

3.7.1.5 Variabel Kepuasan Konsumen .....	44
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	45
3.8 Metode Analisis Data .....	45
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	45
3.8.2 Analisis Statistik Inferensial .....	47
3.8.1.1 Model Pengukuran (Outer Model).....	48
3.8.1.2 Model Struktural (Inner Model).....	48
3.8.2 Uji Hipotesis .....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	51
4.3 Deskripsi Jawaban Responden .....	53
4.4 Analisis Statistik Deskriptif.....	55
4.4.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen.....	55
4.4.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Media Marketing</i> .....	57
4.4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan .....	59
4.4.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan .....	61
4.4.5 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	62
4.5 Evaluasi Outer Model.....	64
4.5.1 <i>Convergent Validity</i> .....	66
4.5.2 <i>Discriminant Validity</i> .....	67
4.5.3 Uji Reliabilitas .....	68
4.6 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	70
4.6.1 <i>Uji R-Square</i> .....	70
4.6.2 <i>Uji Q-Square</i> .....	71
4.6.3 <i>Uji F-Square</i> .....	71
4.7 Uji Hipotesis.....	72
4.8 Pembahasan .....	74
4.8.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Loyalitas Konsumen KJSB Rafi Hafied Fathoni .....	74
4.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen KJSB Rafi Hafied Fathoni .....	76

4.8.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen KJSB Rafi Hafied Fathoni .....	77
4.8.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen KJSB Rafi Hafied Fathoni .....	78
4.9 Implikasi Hasil Penelitian.....	79
BAB V PENUTUP.....	81
PENUTUP.....	81
5.1 Simpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	87

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar KJSB di Provinsi Jawa Barat.....	2
Tabel 1.2 Data Berkas Masuk Pada KJSB Rafi Hafied Fathoni .....	3
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen .....	41
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Social Media Marketing.....	42
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	43
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	43
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen .....	44
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel Kriteria Deskriptif Presentase.....	47
Tabel Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural.....	48
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Konsumen selama tahun 2022 sampai 2024.....	56
Tabel 4.2 Deskripsi Indikator Variabel Loyalitas Konsumen.....	57
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Social Media Marketing .....	58
Tabel 4.4 Deskripsi Indikator Variabel Social Media Marketing .....	59
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	59
Tabel 4.6 Deskripsi Indikator Variabel Kualitas Pelayanan .....	60
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan .....	61
Tabel 4.8 Deskripsi Indikator Variabel Kepercayaan .....	62
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan .....	63
Tabel 4.10 Deskripsi Indikator Variabel Kepuasan Konsumen.....	64
Tabel 4.11 <i>Outer Loading</i> Indikator Variabel Penelitian.....	66
Tabel 4.12 Hasil Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	67
Tabel 4.13. Hasil <i>Cross Loading</i> Indikator Setiap Variabel .....	68
Tabel 4.14 Cronbach's Alpha Variabel Penelitian .....	69
Tabel 4.15 <i>Composite Reliability</i> Variabel Penelitian .....	69
Tabel 4.16. Hasil Uji <i>R-Square</i> .....	70
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Q-Square</i> .....	71

Tabel 4.18 Hasil Uji F-Square .....	71
Tabel 4.19 Fit Summary .....	72
Tabel 4.20 Path Coefficient .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Grafik data jumlah berkas KJSB Rafi Hafied Fathoni di tahun 2022 .....	4
Grafik data jumlah berkas KJSB Rafi Hafied Fathoni di tahun 2023 .....	5
Grafik data jumlah berkas KJSB Rafi Hafied Fathoni di tahun 2024 .....	5
Gambar 4.1. Logo Perusahaan KJSB Rafi Hafied Fathoni .....	51
Gambar 4.2 Diagram jawaban responden berdasarkan jenis kelamin.....	52
Gambar 4.3 Diagram jawaban responden berdasarkan usia.....	52
Gambar 4.4 Diagram jawaban responden berdasarkan pekerjaan .....	53
Gambar 4.5 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	65
Gambar 4.6 <i>Inner Model</i> (Struktural Model) .....	73