

**Pengaruh Digital Marketing dan E- Commerce Terhadap  
Customer Loyalty Pada Produk Skincare Skintific  
(Studi Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi  
Malangkucecwara Malang Tahun 2021)**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Bisnis



**Disusun Oleh :**

Nama: Estrella Frida Nayotama  
NPK: K.2021.1.35488  
Jurusan: Manajemen Marketing

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)  
MALANGKUCECWARA  
MALANG  
2025**

**Pengaruh Digital Marketing dan E- Commerce Terhadap  
Customer Loyalty Pada Produk Skincare Skintific  
(Studi Pada Kalangan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu  
Ekonomi Malangkecewara Malang Tahun 2021)**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Bisnis



**Disusun Oleh :**

Estrella Frida Nayotama  
K.2021.1.35488  
Manajemen Marketing

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)**

**MALANGKUCECWARA**

**MALANG  
2025**

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN E-COMMERCE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY  
PADA PRODUK SKINCARE SKINTIFIC (STUDI PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU  
EKONOMI MALANGKUCECWARA MALANG TAHUN 2021)

Oleh :

ESTRELLA FRIDA NAYOTTAMA

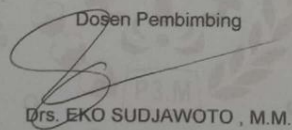
K.2021.1.35488

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

15 Agustus 2025 dan dinyatakan LULUS

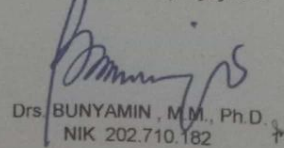
Menyetujui,

Dosen Pembimbing

  
Drs. EKO SUDJAWOTO, M.M.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçecwara

  
Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.  
NIK 202.710.182

## LEMBAR ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 9 Agustus 2025



Mahasiswa

NPK: k. 2021.25488

## **SURAT KETERANGAN RISET**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs.Eko Sudjawoto, M.M

NIK : 202.710.273

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari mahasiswa:

Nama : ESTRELLA FRIDA NAYOTTAMA

NPK : K.2021.1.35488

Program Studi : Manajemen

Alamat :

No HP :

E-mail :

menerangkan bahwa untuk kepentingan penyelesaian skripsi yang berjudul “PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN E-COMMERCE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PRODUK SKINCARE SKINTIFIC (STUDI PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MALANGKUCECWARA MALANG TAHUN 2021)”, maka mahasiswa tersebut menggunakan responden mahasiswa STIE Malangkuçecwara.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 9  
Agustus 2025



(Drs.Eko Sudjawoto, M.M)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas karunia segala limpahan Rahmat serta Karunia-Nya sehingga peneliti bisa dengan lancar dan tepat waktu menyelesaikan Skripsi dengan berjudul “ Pengaruh Digital Marketing dan E-Commerce Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkecwara Malang Tahun 2021)’’.

Tujuan Penelitian skripsi ini untuk memperoleh gelar Strata Satu Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkecwara. Penulis ini menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kesediaan pembaca baik mahasiswa maupun dosen untuk memberikan kritik dan saran yang bermanfaat bagi peneliti sendiri maupun pembaca pada umumnya.

Malang, 9 Agustus 2025

Penulis

Estrella Frida Nayottama

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta karunia, sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktunya. Penulis Menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu, dengan ketulusan dan kerendahanhati, penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Kedua orang tua saya Mama dan Ayah terima kasih telah menjadi orang tua yang sangat luar biasa, menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tiada hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan saya. Terima kasih untuk semua Doa, dan dukungan mama ayah saya bisa berada di titik ini. Sehat selalu dan Hiduplah lebih lama lagi mama ayah harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaiannya hidup saya.
2. Bapak Drs. Bunyamin,M.M,Ph.D, Selaku ketua STIE Malangkececwara, yang telah memberikan kesempatan serta fasilitas dalam mendukung kelancaran studi ini.
3. Bapak Drs. Eko Sudjawoto,M.M. Selaku dosen pembimbing Skripsi ini yang selalu membimbing dengan baik, memberikan saran atau masukan, dan pemecahan masalah yang tepat dan tepat pada waktu, dan membimbing dengan sepuh hati. Hingga skripsi ini selesai tepat pada waktunya.
4. Seluruh Dosen program Studi Manajemen, yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta inspirasi yang sangat berharga selama masa perkuliahan, yang menjadi bekal dalam penelitian ini.
5. Untuk keluarga saya, terutama azzahra, ibuk tutik yang selalu memberikan doa, motivasi, dan semangat tiada henti baik nasihat, masukan dan arahan selama masa perkuliahan, yang menjadi bekal dalam penelitian ini
6. Kepada Mochammad Yudana Alfariqi terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, yang menjadi salah satu penyemangat dan support system dalam suka maupun duka. Terima kasih telah menjadi pendamping dalam segala hal menemani dan mendukung ataupun penghibur dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah dan terima kasih atas motivasi yang tiada hentinya untuk penulis.
7. Sahabat saya, Delisa, Caca, Vaya dan Yulina Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan dan semangat. Terima kasih telah menjadi bagian dalam perjalanan penyusunan skripsi saya hingga penyusunan skripsi ini selesai.
8. Kepada diri saya sendiri Estrella Frida Nayottama. Terima kasih sudah bertahan dan berjuang sejauh ini. Terima kasih sudah menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terima kasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah mau

memutuskan untuk menyerah

## ABSTRAK

Pengkajian bertujuan untuk bermaksud mempengaruhi dampak pemasaran online dan perdagangan elektronik pada kesetiaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada produk skincare Skintific. ( Penelitian Tentang Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkecewara tahun 2021). Menggunakan pendekatan kuantitatif studi ini melibatkan 107 mahasiswa STIE Malangkecewara Malang angkatan 2021 sebagai responden, yang mayoritas adalah perempuan berusia 20-22 tahun. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert. Kesimpulan dekadensi linear berlipat mengindikasikan sebagaimana diketahui pemasaran online dan e-commerce baik secara terpisah maupun bersamaan memiliki pengaruh optimis dan penting pada loyalitas pelanggan. Temuan ini didukung oleh uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), di mana 72,3% variasi loyalitas pelanggan dua variabel tersebut mampu memberikan penjelasan. Pemasaran digital bermanfaat juga tidak mengganggu serta platform e-commerce yang menyediakan kemudahan informasi dan layanan pelanggan yang responsif menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.

**Kata Kunci:** Pemasaran Online, Perdagangan Elektronik, Konsumen Loyalty

## **ABSTRACT**

*The review aims to investigate effect online marketing and electronic e-commerce to costumer loyalty for Skntific new arrivals. (A Review on Students For Malangkucecwara College for Economics, 2021). Using a quantitative approach, the study involved 107 students from the 2021 batch of STIE Malangkucecwara, Malang, as respondents. The majority of respondents were females aged 20-22. Data was collected using a Likert scale questionnaire. The conclusion of the multiple linear regression analysis indicates that both online marketing and e-commerce, whether individually or collectively, have a positive and significant influence on customer loyalty. This finding is supported by the coefficient of determination test ( $R^2$ ), where the two variables explain 72.3% of the variation in customer loyalty. Furthermore, digital marketing and e-commerce platforms that provide easy access to information and responsive customer service are key factors in building consumer trust and loyalty.*

**Keyword:** Digital Marketing, E-Commerce, Customer Loyalty

## DAFTAR ISI

|                                                       |      |
|-------------------------------------------------------|------|
| SKRIPSI.....                                          | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN.....                                | ii   |
| LEMBAR ORISINALITAS.....                              | iii  |
| SURAT KETERANGAN RISET .....                          | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                                   | v    |
| ABSTRAK .....                                         | viii |
| ABSTRACT .....                                        | ix   |
| DAFTAR ISI .....                                      | x    |
| DAFTAR TABEL .....                                    | xii  |
| DAFTAR GAMBAR.....                                    | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                 | xiv  |
| BAB I.....                                            | 1    |
| PENDAHULUAN.....                                      | 1    |
| 1.1 <i>Latar Belakang</i> .....                       | 1    |
| 1.2 <i>Perumusan Masalah</i> .....                    | 5    |
| 1.3 <i>Tujuan Penelitian</i> .....                    | 5    |
| 1.4 <i>Manfaat Penelitian</i> .....                   | 6    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                         | 7    |
| 2.1 <i>Kajian Teori</i> .....                         | 7    |
| 2.2 <i>Kerangka Konseptual</i> .....                  | 17   |
| 2.3 <i>Pengembangan Hipotesis</i> .....               | 18   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                       | 19   |
| 3.1 <i>Jenis Penelitian</i> .....                     | 19   |
| 3.2 <i>Populasi dan Sampel Penelitian</i> .....       | 19   |
| 3.3 <i>Data dan Metode Pegumpulan Data</i> .....      | 20   |
| 3.4 <i>Operasional Variabel</i> .....                 | 21   |
| <i>Tabel 3. 2 Indikator Variabel Penelitian</i> ..... | 22   |
| 3.5 <i>Metode Analisis Data</i> .....                 | 23   |
| BAB IV .....                                          | 27   |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                 | 27   |
| 4.1 <i>Gambaran umum responden</i> .....              | 27   |
| 4.2 <i>Deskripsi Variabel Penelitian</i> .....        | 28   |
| 4.3 <i>Uji Instrument Penelitian</i> .....            | 33   |

|                                                           |                                              |    |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----|
| 4.3.2                                                     | <i>Uji Reliabilitas.....</i>                 | 34 |
| 4.5                                                       | <i>Analisis Regresi Linear Berganda.....</i> | 37 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....                           |                                              | 43 |
| 5.1                                                       | <i>Kesimpulan.....</i>                       | 44 |
| 5.2                                                       | <i>Saran .....</i>                           | 44 |
| DAFTAR PUSAKA .....                                       |                                              | 46 |
| B.                                                        | <i>Screening Responden.....</i>              | 57 |
| C.                                                        | <i>Petunjuk Pengisian Kuesioner.....</i>     | 57 |
| <i>Lampiran 5 Uji Instrument Uji Validitas .....</i>      |                                              | 62 |
| <i>Uji Realibilitas .....</i>                             |                                              | 66 |
| <i>Lampiran 6: Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas .....</i> |                                              | 67 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                                 | 16 |
| Tabel 3. 1Tabel Skala Likert .....                                   | 21 |
| Tabel 3. 2 Indikator Variabel Penelitian .....                       | 22 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....                              | 27 |
| Tabel 4. 2 Analisis Deskriptif Variabel Digital Marketing (X1) ..... | 28 |
| Tabel 4. 3Analisis Deskriptif Variabel E-Commerce (X2) .....         | 30 |
| Tabel 4. 4Analisis Deskriptif Variabel Customer Loyalty (Y).....     | 31 |
| Tabel 4. 5 Uji Validitas .....                                       | 33 |
| Tabel 4. 6 Uji Realibilitas.....                                     | 34 |
| Tabel 4. 7 Uji Normalitas .....                                      | 35 |
| Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas.....                                | 35 |
| Tabel 4. 9 Regresi Linear Berganda .....                             | 37 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji T .....                                        | 38 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                    | 38 |
| Tabel 4. 12 Uji F (Uji Simultan).....                                | 39 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Produk skincare yang sering digunakan oleh wanita..... | 1  |
| <i>Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual</i> .....                       | 18 |
| Gambar 4. 1 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....               | 36 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian .....  | 57 |
| Lampiran 2: Tabulasi Data .....           | 58 |
| Lampiran 3: Karakteristik Responden ..... | 61 |
| Lampiran 4: Jawaban Responden .....       | 63 |
| Lampiran 5: Uji Instrument .....          | 65 |
| Lampiran 6: Asumsi Klasik.....            | 66 |
| Lampiran 7: Analisa Regresi .....         | 67 |
| Lampiran 8: Uji Hipotesis .....           | 68 |