

**PENGARUH KUALITAS PENGUASAAN INFORMASI CUSTOMER  
SERVICE TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER BLOOMKA USIA 17 -  
25 TAHUN**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**Oleh**

**Tania Susanto**

**18 09 06524 / KOM**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PENGUASAAN INFORMASI CUSTOMER  
SERVICE TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER BLOOMKA.ID USIA 17 -  
25 TAHUN

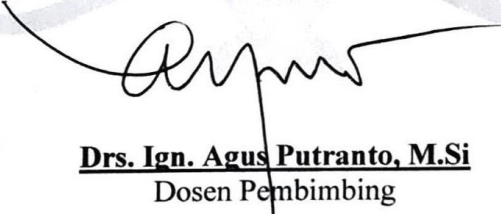
SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

**TANIA SUSANTO**  
18 09 06524 / KOM

Disetujui oleh:



**Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si**  
Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA 2022

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Penguasaan Informasi Customer Service terhadap Loyalitas Customer Bloomka 17 - 25 Tahun

Penyusun : Tania Susanto

NPM : 18 09 06524

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 7 Desember 2022

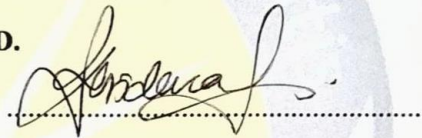
Pukul : 13.00

Tempat : Ruang Ujian FISIP UAJY

### TIM PENGUJI

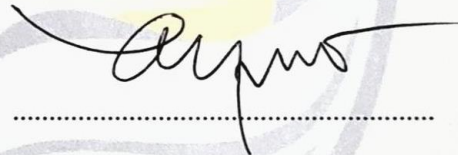
**Desideria Cempaka W., S.Sos., M.A., Ph.D.**

Penguji Utama



**Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.**

Penguji I



**Rebekka Rismayanti, S.I.Kom, M.A.**

Penguji II



**Ranggabumi Nuswanto, M.A.**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tania Susanto

NPM : 18 09 06524

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Penguasaan Informasi Customer Service terhadap Loyalitas Customer Bloomka 17 - 25 Tahun

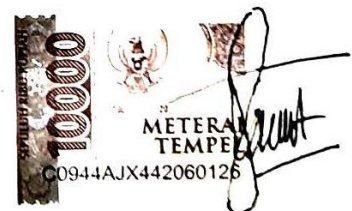
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis Tugas Akhir yang berjudul Pengaruh Kualitas Komunikasi Penguasaan Informasi Customer Service terhadap Loyalitas Customer Bloomka 17 - 25 Tahun ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis ini bukan hasil plagiarisme, pencurian hasil karya tulis orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena terkait hubungan apapun, atau segala bentuk kemungkinan yang pada hakekatnya bukan merupakan karya saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat adanya ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan yang saya tulis, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan / keserjanaan.

Pernyataan ini saya tulis dengan kesadaran diri sendiri dan tidak dalam tekanan atau paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta,

Saya yang menyatakan



Tania Susanto

## KATA PENGANTAR

Namaste. Puji dan syukur saya haturkan pada Tuhan Yang Maha Penyayang, berkat restu dan perlindungannya saya dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Komunikasi Penguasaan Informasi Customer Service terhadap Loyalitas Customer Bloomka 17 - 25 Tahun” dengan lancar hingga selesai.

Perjalanan yang cukup panjang dari awal mula menentukan topik hingga akhirnya bisa melaksanakan sidang, tidak akan berhasil bila tidak ada dukungan yang diberikan oleh orang terdekat saya. Terima kasih saya ucapkan atas pembelajaran, saran, masukan, dan juga dukungan yang tidak berhenti pada :

1. Papa, Alm. Mama, Ellen, Mami, Papi Benni, dan seluruh keluarga besar dari pihak Papa atas segala bentuk dukungan dan dorongan juga kepercayaan atas segala usaha yang saya lakukan selama ini. Tidak lupa juga Popi, anak bulu atau adikku paling kecil yang selalu menemani setiap hari.
2. Keluarga dari pihak Alm. Mama (khususnya Ci Oki, Ci Meme, dan Ci Susan) yang selalu memberikan dukungan dan juga tempat curhat, saran dan juga nasehat dari berbagai aspek untuk kelancaran tugas akhir saya.
3. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dan tidak pernah berhenti membimbing saya dalam seluruh proses penulisan tugas akhir.
4. Kak Shekinah Magda dan juga seluruh tim dari Bloomka.id yang telah menyempatkan waktunya di tengah kesibukan untuk wawancara mengenai



Bloomka.id. Semoga Bloomka.id sukses selalu dan semakin berkembang menjadi *brand* besar di Indonesia dan bisa mencapai ranah Internasional.

5. Teman-teman SMA (Pemuja Kerang Ajaib): Josefanny, Nindira, Yosia Gesit, Leo Agung, dan Lukas yang selalu memberikan hiburan saat saya sedang *down* dan juga mengajak saya untuk *refreshing*. Tidak lupa Florenthea, yang selalu memberikan semangat dan menjadi teman diskusi juga untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Teman-teman di bangku kuliah Tabuti Family: Tiffany, Devia, Sela, Damara, dan Valencia yang telah menemani saya dari awal proses perkuliahan hingga pembuatan Tugas Akhir. Tidak henti-hentinya memberikan pembelajaran dan juga dorongan untuk lekas meraih gelar Sarjana. Terima kasih juga pada Anastasia Rosa, teman seperjuangan susah senang melalui dunia perkuliahan hingga akhirnya bisa menyelesaikan Tugas Akhir dengan waktu hampir bersamaan.

Dan untuk semua pihak yang telah berpartisipasi secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan tugas akhir ini. Terima kasih atas dukungan dan juga semangat yang diberikan. Saya berharap tulisan tugas akhir saya dapat membantu dan memberi manfaat bagi pembaca.

Yogyakarta,  
Tania Susanto.

TANIA SUSANTO

No. Mhs: 180906524

Pengaruh Kualitas Penguasaan Informasi Customer Service terhadap Loyalitas  
Customer Bloomka Usia 17-25 Tahun

**ABSTRAK**

*Customer service* merupakan peranan penting dalam sebuah strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh perusahaan. Tidak hanya melayani *customer*, *customer service* juga memiliki peran untuk membangun hubungan relasional dengan pelanggan supaya pelanggan tetap loyal. Loyalitas yang dimaksud adalah perilaku yang dilakukan konsumen dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara berulang pada suatu barang atau jasa dari sebuah perusahaan tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kualitas penguasaan informasi *customer service* terhadap loyalitas dari *customer* Bloomka. Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survey. Kuisisioner yang disebarakan berjumlah 100 kuisisioner yang disebarakan secara daring pada *followers* Bloomka melalui fitur *Google Formuli*. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh kualitas penguasaan informasi *customer service* terhadap loyalitas dari *customer* Bloomka.

**Kata kunci :** Penguasaan Informasi, *Customer service*, Loyalitas.

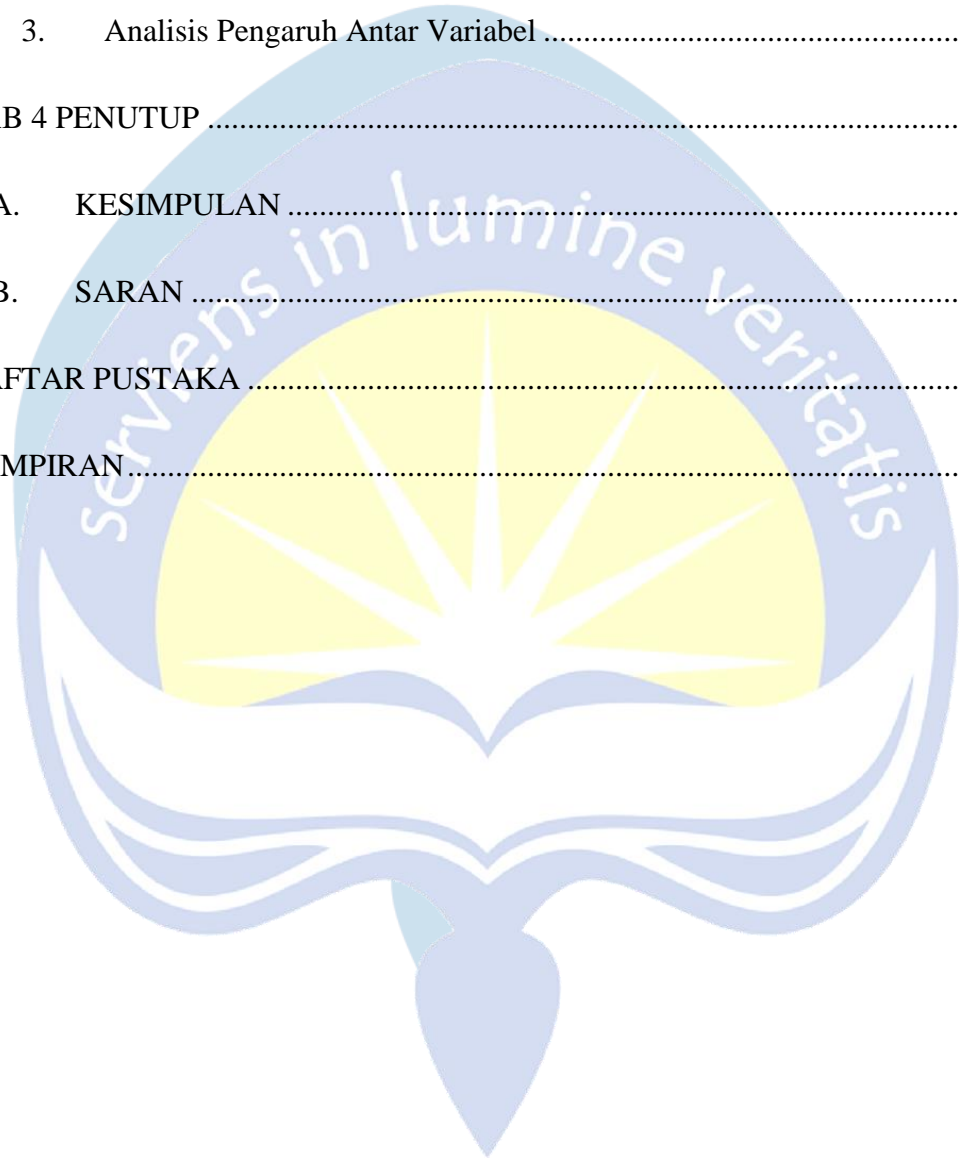
## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A.    LATAR BELAKANG.....	1
B.    RUMUSAN MASALAH .....	10
C.    TUJUAN PENELITIAN .....	10
D.    MANFAAT PENELITIAN.....	10
1.    Manfaat Akademis .....	10
2.    Manfaat Praktis .....	11
E.    KERANGKA TEORI.....	11
1.    Strategi Pemasaran Digital.....	11
2.    Customer Service.....	14



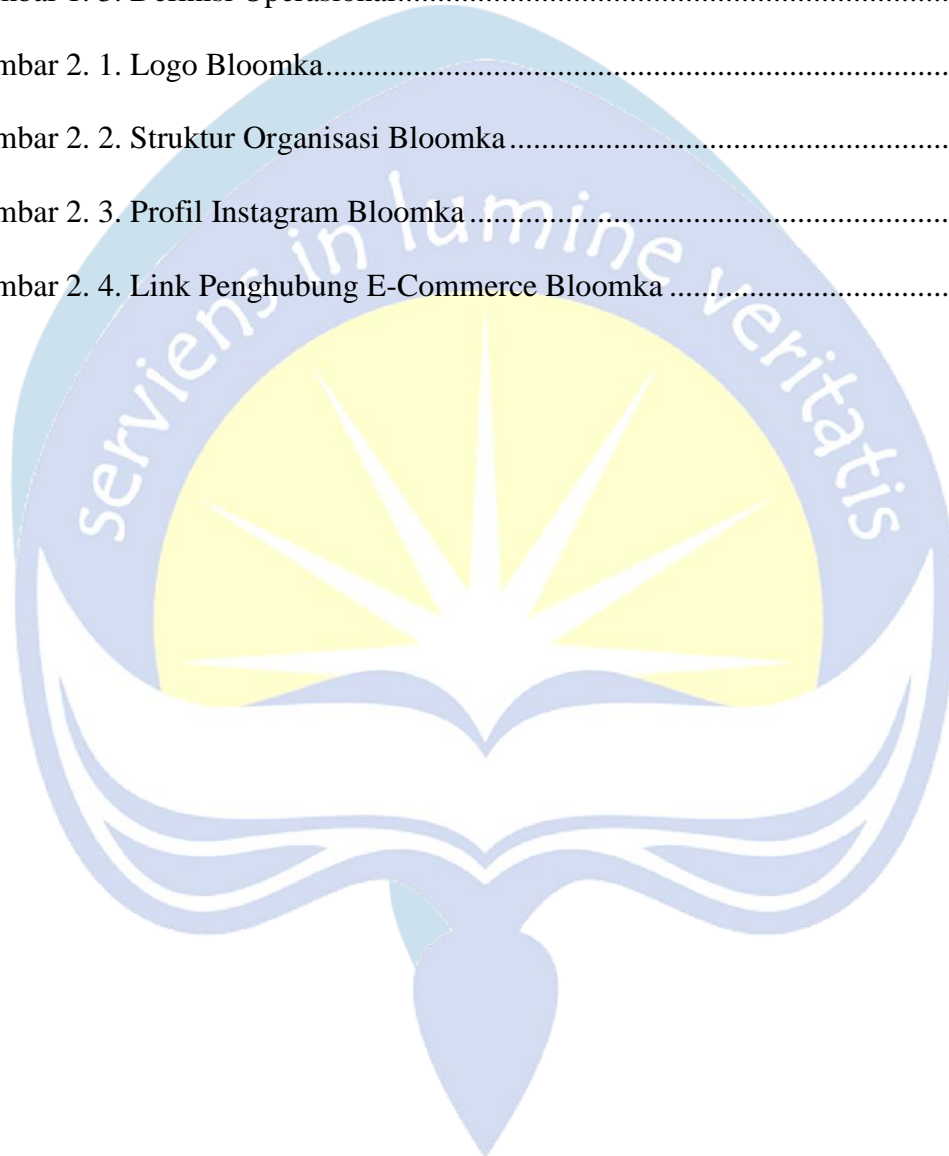
3.	Loyalitas.....	19
F.	KERANGKA KONSEP .....	21
G.	DEFINISI OPERASIONAL.....	24
H.	HIPOTESIS .....	25
I.	METODOLOGI PENELITIAN.....	26
1.	Jenis Penelitian .....	26
2.	Metode Penelitian .....	26
3.	Populasi dan Sampel.....	27
4.	Metode Pengumpulan Data.....	29
5.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30
6.	Teknik Analisis Data .....	31
	<b>BAB 2 DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A.	OBJEK PENELITIAN .....	33
1.	Sejarah, Visi, Misi, Logo, dan Struktur Organisasi Bloomka .....	33
2.	Profil Bloomka.....	37
	<b>BAB 3 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
A.	HASIL TEMUAN PENELITIAN.....	39
1.	Deskripsi Data.....	39
2.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	55
3.	Uji Regresi Linear Sederhana .....	58

B.	PEMBAHASAN .....	61
1.	Analisis Variabel Kualitas Penguasaan Informasi.....	62
2.	Analisis Variabel Loyalitas <i>Customer</i> .....	63
3.	Analisis Pengaruh Antar Variabel .....	65
BAB 4 PENUTUP .....		68
A.	KESIMPULAN .....	68
B.	SARAN .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....		70
LAMPIRAN.....		74



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Platform Bloomka .....	4
Gambar 1. 2. Engagement Rate Instagram Bloomka.....	5
Gambar 1. 3. Definisi Operasional.....	23
Gambar 2. 1. Logo Bloomka.....	35
Gambar 2. 2. Struktur Organisasi Bloomka.....	36
Gambar 2. 3. Profil Instagram Bloomka.....	37
Gambar 2. 4. Link Penghubung E-Commerce Bloomka .....	38



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Definisi Operasional .....	25
Tabel 1. 2. Interpretasi Koefisien Korelasi .....	32
Tabel 3. 1. Frekuensi Jawaban Variabel X .....	40
Tabel 3. 2. Tabel Jawaban “Admin Bloomka memberikan jawaban jika saya bertanya mengenai produk yang saya butuhkan.”.....	41
Tabel 3. 3. Tabel Jawaban “Admin Bloomka menjelaskan dengan baik jika saya bertanya tentang suatu produk.”.....	42
Tabel 3. 4. Tabel Jawaban “Admin Bloomka memahami semua produk yang dijual oleh Bloomka” .....	42
Tabel 3. 5. Tabel Jawaban “Admin Bloomka dapat mengerti tentang keluhan dan pertanyaan yang saya ajukan.”.....	43
Tabel 3. 6. Tabel Jawaban “Admin Bloomka tidak membutuhkan waktu yang lama untuk memproses keluhan dan pertanyaan yang saya ajukan.” .....	44
Tabel 3. 7. Tabel Jawaban “Admin Bloomka memberikan jalan keluar dari keluhan dan pertanyaan yang saya ajukan.” .....	45
Tabel 3. 8. Tabel Jawaban “Admin Bloomka memberikan solusi yang membuat saya tidak mengalami kerugian.” .....	45
Tabel 3. 9. Report Variabel X .....	46
Tabel 3. 10. Frekuensi Jawaban Variabel Y .....	48
Tabel 3. 11. Tabel Jawaban “Jika produk yang saya suka dari Bloomka habis, saya membeli kembali produk tersebut dari Bloomka” .....	49

Tabel 3. 12. Tabel Jawaban “Saya membeli produk lain dari Bloomka setelah menggunakan produk yang saya beli pertama kali.” .....	49
Tabel 3. 13. Tabel Jawaban “Saya puas dengan produk yang saya beli dari Bloomka.” .....	50
Tabel 3. 14. Tabel Jawaban “Saya tetap membeli produk dari Bloomka walaupun ada produk serupa dari brand lain.” .....	51
Tabel 3. 15. Tabel Jawaban “Saya merekomendasikan produk yang saya gunakan dari Bloomka pada teman saya.” .....	52
Tabel 3. 16. Tabel Jawaban “Saya merekomendasikan brand Bloomka pada teman saya yang sedang mencari produk skin care.” .....	52
Tabel 3. 17. Report Variabel Y .....	53
Tabel 3. 18. Descriptive Statistic .....	54
Tabel 3. 19. Uji Validitas .....	56
Tabel 3. 20. Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 3. 21. Uji Regresi Linear .....	58
Tabel 3. 22. Model Summary .....	58
Tabel 3. 23. Tabel Koefisien .....	59
Tabel 3. 24. Interpretasi Koefisien Korelasi .....	65