



**KEPUASAN PELANGGAN KOSMETIK
(STUDI PADA SHOPEE DI DKI JAKARTA)**

SKRIPSI

CUT MALIKA NURUL HANIFAH 2210111236

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2026**



**KEPUASAN PELANGGAN KOSMETIK
(STUDI PADA SHOPEE DI DKI JAKARTA)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

CUT MALIKA NURUL HANIFAH

2210111236

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Cut Malika Nurul Hanifah

NIM : 2210111236

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 17 April 2026

Yang menyatakan,



Cut Malika Nurul Hanifah

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cut Malika Nurul Hanifah
NIM : 2210111236
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Kepuasan Pelanggan Kosmetik (Studi pada Shopee di DKI Jakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta
Pada tanggal: 7 Juli 2026
Yang menyatakan,



Cut Malika Nurul Hanifah

PENGESAHAN

SKRIPSI

KEPUASAN PELANGGAN KOSMETIK (STUDI PADA SHOPEE DI DKI JAKARTA)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

CUT MALIKA NURUL HANIFAH 2210111236

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 6 Juli 2026
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM
Ketua Penguji

Princhita Nabila Maram Pahlawan, S.M., M.Sc.
Penguji I

Ajeng Septiana Wulansari, SE, MBA
Penguji II



Dr. Juhdaedah, S.E., M.M
Dekan

Dr. Zackharia Rialmi, SIP, MM., CHRP
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 6 Juli 2026

COSMETIC CUSTOMER SATISFACTION: A STUDY OF SHOPEE USERS IN DKI JAKARTA

By Cut Malika Nurul Hanifah

Abstract

The rapid growth of digital marketplaces in Indonesia has encouraged consumers to purchase various products online, including cosmetics. Shopee, as one of the leading digital marketplace platforms, offers features such as return policies and online reviews to support online shopping. However, consumers still face issues related to product mismatch, post-purchase problems, and the credibility of online reviews, which may affect customer satisfaction. This study aims to examine the effect of return policy and online reviews on customer satisfaction, with purchase behavior as a mediating variable in cosmetic purchases through Shopee in DKI Jakarta. A quantitative approach was employed using an online questionnaire distributed via Google Forms to 160 respondents. Data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4. The results indicate that return policy and online reviews positively and significantly affect purchase behavior, while purchase behavior positively influences customer satisfaction. However, return policy and online reviews have no direct effect on customer satisfaction. Purchase behavior mediates both relationships, indicating that customer satisfaction is primarily shaped through consumers' purchase behavior.

Keywords: *Customer Satisfaction, Purchase Behavior, Return Policy, Online Reviews.*

KEPUASAN PELANGGAN KOSMETIK (STUDI PADA SHOPEE DI DKI JAKARTA)

Oleh Cut Malika Nurul Hanifah

Abstrak

Pertumbuhan pasar digital di Indonesia mendorong peningkatan pembelian produk secara daring, termasuk kosmetik. Shopee sebagai salah satu platform pasar digital menyediakan fitur seperti kebijakan pengembalian dan ulasan daring untuk mendukung aktivitas belanja. Namun, konsumen masih menghadapi kendala seperti ketidaksesuaian produk, permasalahan pasca pembelian, dan kredibilitas ulasan daring yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kebijakan pengembalian dan ulasan daring terhadap kepuasan pelanggan dengan perilaku pembelian sebagai variabel mediasi pada pembelian produk kosmetik melalui Shopee di DKI Jakarta. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan data yang diperoleh melalui kuesioner daring menggunakan Google Forms kepada 160 responden. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan pengembalian dan ulasan daring berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian, sedangkan perilaku pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, kebijakan pengembalian dan ulasan daring tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Perilaku pembelian terbukti memediasi kedua hubungan tersebut, sehingga kepuasan pelanggan lebih kuat terbentuk melalui perilaku pembelian.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Perilaku Pembelian, Kebijakan Pengembalian, Ulasan Daring.



BERITA ACARA
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TA. 2025/2026

Pada hari ini, Senin, tanggal 6 Juli 2026, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Cut Malika Nurul Hanifah

NIM : 2210111236

Program Studi : Manajemen S1

Judul Tugas Akhir :

KEPUASAN PELANGGAN KOSMETIK (STUDI PADA SHOPEE DI DKI JAKARTA)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM	Ketua	
2	Princhita Nabila Maram Pahlawan, S.M., M.Sc.	Anggota I	
3	Ajeng Septiana Wulansari, SE., MBA	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100	= A
80 - 84.99	= A-
75 - 79.99	= B+
70 - 74.99	= B
65 - 69.99	= B-
60 - 64.99	= C+
55 - 59.99	= C
40 - 54.99	= D
0 - 39.99	= E

Jakarta, 6 Juli 2026

Mengesahkan

a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Manajemen S1

Dr. Zackharia Rialmi, S.IP., M.M., CHRP.

PRAKATA

Segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kepuasan Pelanggan Kosmetik (Studi pada Shopee di DKI Jakarta)”. Dalam proses perumusan usulan penelitian ini, penulis memberikan penyampaian apresiasi yang mendalam pada seluruh pihak yang telah berkontribusi melalui dukungan, doa, dan arahan yang diberikan:

1. Dr. Jubaedah, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis guna melaksanakan penulisan usulan penelitian ini.
2. Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, SE., MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen, yang telah mengarahkan dalam proses penyusunan penelitian ini.
3. Siti Hidayati, SE., MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, yang telah memberikan dukungan dan pengarahan yang sangat berarti sepanjang proses penyusunan penelitian ini.
4. Ajeng Septiana Wulansari, SE, MBA., selaku Dosen Pembimbing, yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, saran, dan masukan hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan lebih baik.
5. Miguna Astuti, S.SI., MM., CPM., selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan berbagai masukan yang sangat berarti selama masa perkuliahan hingga penyusunan penelitian ini.
6. Keluarga penulis, yang senantiasa memberikan dukungan moral dan materil, serta doa yang tiada putus hingga penulis dapat mencapai tahap ini.
7. Teman-teman penulis, yang telah menemani, membantu selama proses penulisan, serta memberikan dukungan kepada penulis.
8. Kucing peneliti, Syobi yang selalu menemani penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 6 Juli 2026

Cut Malika Nurul Hanifah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR/GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen	14
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	15
2.1.4 Kebijakan Pengembalian.....	16
2.1.5 Ulasan Daring.....	18
2.1.6 Perilaku Pembelian.....	21
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	23
2.3 Model Penelitian	35
2.3.1 Kebijakan Pengembalian terhadap Perilaku Pembelian.....	35
2.3.2 Ulasan Daring terhadap Perilaku Pembelian.....	35
2.3.3 Kebijakan Pengembalian terhadap Kepuasan Pelanggan.....	35
2.3.4 Ulasan Daring terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.3.5 Perilaku Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.3.6 Kebijakan Pengembalian terhadap	
Kepuasan Pelanggan melalui Perilaku Pembelian	37
2.3.7 Ulasan Daring terhadap	
Kepuasan Pelanggan melalui Perilaku Pembelian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.1.1 Definisi Operasional.....	39
3.1.2 Pengukuran Variabel	40
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi	40

3.2.2	Sampel	41
3.3	Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.3	Pengumpulan Data	42
3.4	Teknik Analisis Data	45
3.4.1	Analisis Statistik Deskriptif	45
3.4.2	Teknik Analisis Data Inferensial	46
3.5	Uji Hipotesis	49
3.5.1	Uji Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	50
3.5.2	Uji Mediasi	51
3.6	Kerangka Model Penelitian	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	53
4.2	Deskripsi Data Penelitian	56
4.2.1	Deskripsi Data Responden	56
4.2.2	Analisis Data Deskriptif	62
4.3	Analisis Data Inferensial	68
4.3.1	Model pengukuran (<i>Outer Model</i>)	68
4.3.2	Model Struktural <i>Inner Model</i>	74
4.4	Uji Hipotesis (Resampling Bootstrapping)	76
4.4.1	Uji Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	76
4.4.2	Uji Mediasi (<i>Indirect Effect</i>)	79
4.5	Pembahasan	80
4.5.1	Kebijakan Pengembalian terhadap Perilaku Pembelian	80
4.5.2	Ulasan Daring terhadap Perilaku Pembelian	82
4.5.3	Kebijakan Pengembalian terhadap Kepuasan Pelanggan	83
4.5.4	Ulasan Daring terhadap Kepuasan Pelanggan	85
4.5.5	Perilaku Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan	87
4.5.6	Kebijakan Pengembalian terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Perilaku Pembelian	88
4.5.7	Ulasan Daring terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Perilaku Pembelian	89
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Simpulan	92
5.2	Keterbatasan Penelitian	94
5.3	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		97
RIWAYAT HIDUP		106
LAMPIRAN		107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Matriks Penelitian Terdahulu	31
Tabel 2.	Pengukuran Variabel Penelitian	40
Tabel 3.	Skala Likert	43
Tabel 4.	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	44
Tabel 5.	Interpretasi Nilai Indeks	46
Tabel 6.	Jawaban Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	63
Tabel 7.	Jawaban Responden terhadap Variabel Perilaku Pembelian.....	64
Tabel 8.	Jawaban Responden terhadap Variabel Kebijakan Pengembalian	66
Tabel 9.	Jawaban Responden terhadap Variabel Ulasan Daring.....	67
Tabel 10.	Nilai Outer Loading Awal.....	69
Tabel 11.	Nilai Outer Loading Akhir	70
Tabel 12.	Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	70
Tabel 13.	Hasil Cross Loading	71
Tabel 14.	Nilai Composite Reliability.....	72
Tabel 15.	Cronbach's Alpha.....	73
Tabel 16.	Nilai VIF	73
Tabel 17.	Nilai Koefisien Determinasi (R-Square)	75
Tabel 18.	Nilai Daya Prediksi (Q^2).....	76
Tabel 19.	Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung (Direct Effect) ...	77
Tabel 20.	Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect) .	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pertumbuhan Ekonomi Digital pada Pasar digital	2
Gambar 2. Pasar digital Paling Sering Diakses Masyarakat Indonesia (2025)	3
Gambar 3. Persentase Konsumen yang Mengalami Kendala Pasca Pembelian di Pasar digital (2025)	5
Gambar 4. Konsumen Toko Daring Pernah Tertipu Ulasan	8
Gambar 5. Model Penelitian Empiris Menggunakan Data Primer	38
Gambar 6. Gambar Outer Model	48
Gambar 7. Gambar Inner Model	49
Gambar 8. Model Jalur (<i>Path Model</i>) Penelitian	52
Gambar 9. Obyek Penelitian	53
Gambar 10. Kebijakan Pengembalian di Aplikasi Shopee	54
Gambar 11. Halaman Ulasan Daring di Shopee	55
Gambar 12. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	57
Gambar 13. Karakteristik Usia Responden	58
Gambar 14. Karakteristik Lokasi Aktivitas Responden	59
Gambar 15. Karakteristik Pendidikan Terakhir	60
Gambar 16. Karakteristik Pekerjaan Responden	61
Gambar 17. Nilai Outer Loading Model Sebelum Reestimasi	69
Gambar 18. Nilai Outer Loading Model setelah Reestimasi	70
Gambar 19. Inner Model Penelitian	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Lampiran Kuesioner Penelitian
Lampiran 2.	Data Kuesioner 160 Responden
Lampiran 3.	Deskripsi Data Responden
Lampiran 4.	Analisis Data Deskriptif
Lampiran 5.	Hasil Data Penelitian