



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
E-COMMERCE SHOPEE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI JAKARTA
SELATAN)**

SKRIPSI

VIONA ALIADISA

1810111159

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
E-COMMERCE SHOPEE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI JAKARTA
SELATAN)**

SKRIPSI

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

VIONA ALIADISA

1810111159

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Viona Aliadisa

NIM : 1810111159

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

Jakarta, 20 Desember 2021

Yang menyatakan,



Viona Aliadisa

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Viona Aliadisa
NIM : 1810111159
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan
Konsumen pada *E-Commerce* Shopee
(Studi Kasus pada Mahasiswa di Jakarta Selatan)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/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: 20 Desember
2021

Yang menyertakan,



Viona Aliadisa

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

VIONA ALIADISA

1810111159

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal:

Dan telah dinyatakan memenuhi syarat yang diterima



Suharyati, SE., MM
Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, MM
Penguji 1



Rosali Sembiring Colia, SE., MM
Penguji II (Pembimbing)



Dianwicakasih Arieftaria, SE., Ak., M.Ak., CA.,
CSRS
Dekan



Wahyudi, SE., MM
Ketua Program Studi

Disahkan di: Jakarta

Pada tanggal: 13 Januari 2022

***The Influence of Product Quality, Promotion, and Brand Image on Consumer Satisfaction in Shopee's E-Commerce
(A Case Study on Students in South Jakarta)***

By Viona Aliadisa

Abstract

When many people choosing to shop online, especially during the Covid-19 pandemic, there is a great need for e-commerce with the best quality products, promotions, and brand image. This study aims to prove that there is an effect of product quality on consumer satisfaction, promotion on consumer satisfaction, and brand image on consumer satisfaction. This research is a quantitative research with primary sources of data. The object of this research is students in South Jakarta who use Shopee to shop online. The sample used was 100 respondents, with non propability sampling method especially purposive sampling. Data collection was done through online questionnaires using Google Form. Analytical technique using PLS (Partial Least Square) method with SmartPLS 3.0 application. The results of this research indicate that (1) product quality has a significant influence on customer satisfaction with a coefficient value of 0.493 (2) promotion has a significant influence on customer satisfaction with a coefficient value of 0.421 (3) brand image has no significant influence on customer satisfaction with a coefficient value of -0.007. With the contribution value together with R Square Adjusted 0.730 or there are 73% that affect consumer satisfaction, with 23% influenced by other variables.

Keywords: *Product Quality, Promotion, Brand Image, Consumer Satisfaction, Shopee*

**Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan
Konsumen pada *E-Commerce* Shopee
(Studi Kasus pada Mahasiswa di Jakarta Selatan)**

Oleh Viona Aliadisa

Abstrak

Dengan banyaknya masyarakat yang memilih untuk berbelanja melalui *online*, khususnya saat pandemi Covid-19 ini, maka sangat dibutuhkan *e-commerce* dengan kualitas produk, promosi, dan citra merek yang terbaik. Penelitian ini memiliki tujuan untuk membuktikan bahwa adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, promosi terhadap kepuasan konsumen, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sumber data primer. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa di Jakarta Selatan yang menggunakan Shopee untuk berbelanja *online*. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara daring menggunakan media *Google Form*. Teknik analisis yang digunakan ialah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan aplikasi SmartPls 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.493 (2) promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.421 (3) citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar -0.007. Dengan nilai kontribusi secara bersama-sama dengan R Square Adjusted 0.730 atau terdapat 73% yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan 23% dipengaruhi variabel lainnya.

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Shopee



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN,
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA

Jalan RS Fatmawati No.1 Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telp. 021-7656971, Fax.021-7656904

Website: <http://www.feb.upnvj.ac.id>, Email: febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2021/2022

Pada hari Kamis, tanggal 13 Januari 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Viona Aliadisa
NIM : 1810111159
Program : Manajemen S.1

**“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan
Konsumen pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Jakarta
Selatan)”**

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus/Tidak Lulus*)

Tim Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati, SE., MM	Ketua	1.
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota I	2.
3	Rosali Sembiring Colia, SE., MM	Anggota II **)	3.

Catatan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 13 Januari 2022
MENGESAHKAN
A.n. Dekan
Kepala Program Studi
Manajemen Program Sarjan

Wahyudi, SE., MM

PRAKATA

Segala Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan kasih dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyusun proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Jakarta Selatan)” dapat diselesaikan.

Dengan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak akademisi, yakni kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, SE., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen, Bapak Wahyudi SE., MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Rosali Sembiring Colia, SE., MM selaku Dosen pembimbing Skripsi, serta seluruh Dosen dan tenaga kependidikan yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama masa kuliah.

Peneliti juga ingin mengucapkan rasa terima kasih atas dukungan dari orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan semangat serta doa selama masa pendidikan ini. Selain itu peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh teman-teman baik yang berada di lingkungan perkuliahan maupun di luar yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang senantiasa menemani, menghibur, dan memberikan saran serta semangat dalam pengerjaan usulan penelitian ini.

Akhir kata, peneliti mengucapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya apabila masih terdapat kesalahan dalam usulan penelitian ini. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 13 Oktober 2021

Viona Aliadisa

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	8
I.3 Tujuan Penelitian	8
I.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Landasan Teori	10
II.1.1 Pemasaran	10
II.1.2 Perilaku Konsumen.....	11
II.1.3 E-Commerce.....	11
II.1.4 Kepuasan Konsumen	12
II.1.5 Produk.....	14
II.1.6 Kualitas Produk	17
II.1.7 Promosi	21
II.1.8 Merek	23
II.1.9 Citra Merek	25
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	29
II.3 Model Penelitian Empiris.....	35
II.3.1 Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	35

II.3.2	Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	36
II.3.3	Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	36
II.4	Hipotesis.....	37
BAB III	METODE PENELITIAN	38
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
III.1.1	Definisi Operasional	38
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	38
III.2	Penentuan Populasi dan Sampel	40
III.2.1	Populasi.....	40
III.2.2	Sampel.....	40
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	41
III.3.1	Jenis Data	41
III.3.2	Sumber Data.....	42
III.3.3	Pengumpulan Data.....	42
III.4	Teknik Analisis Data	43
III.4.1	Teknik Analisis Data Deskriptif.....	43
III.4.2	Teknik Analisis Data Inferensial	44
III.5	Uji Hipotesis	50
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	52
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	53
IV.2.1	Deskripsi Data Responden	53
IV.2.2	Analisis Data Deskripsi.....	58
IV.3	Uji Hipotesis dan Analisis.....	63
IV.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	63
IV.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	68
IV.3.3	Uji Hipotesis.....	69
IV.4	Pembahasan.....	71
IV.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	71
IV.4.2	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
IV.4.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
IV.5	Keterbatasan Penelitian.....	73
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	75
V.1	Simpulan	75

V.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Pengguna Shopee Berdasarkan Pekerjaan	3
Gambar 2. Grafik Kunjungan Web E-Commerce Kuartal I 2021	3
Gambar 3. Grafik Pertimbangan Konsumen Menentukan Merek E-Commerce	6
Gambar 4. Model Penelitian.....	36
Gambar 5. Langkah-langkah PLS.....	45
Gambar 6. Inner Model.....	46
Gambar 7. Outer Model	46
Gambar 8. Konstruksi Diagram Jalur	46
Gambar 9. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas	54
Gambar 10. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	55
Gambar 11. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Jakarta Selatan	56
Gambar 12. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia di Atas 17 Tahun	56
Gambar 13. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Gambar 14. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah transaksi pada E-Commerce Shopee dalam Sebulan.....	58
Gambar 15. Outer Model	64
Gambar 16. Inner Model.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Index pada kategori Situs Jual Beli Online	7
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	33
Tabel 3. Pengukuran Variabel	39
Tabel 4. Skala Likert.....	43
Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen.....	43
Tabel 6. Interpretasi Nilai Loading Factor	44
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas Nilai Cronbach's Alpha.....	49
Tabel 8. Analisis Tanggapan Responden Berdasarkan Loading Factor Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	59
Tabel 9. Analisis Tanggapan Responden Berdasarkan Loading Factor Terhadap	60
Tabel 10. Analisis Tanggapan Responden Berdasarkan Loading Factor Terhadap Variabel Promosi	61
Tabel 11. Analisis Tanggapan Responden Berdasarkan Loading Factor Terhadap Variabel Citra Merek	62
Tabel 12. Loading Factor Outer Model	65
Tabel 13. Average Variance Extracted (AVE).....	65
Tabel 14. Cross Loading	66
Tabel 15. Composite Reliability	67
Tabel 16. Cronbach's Alpha.....	67
Tabel 17. R Square.....	68
Tabel 18. Q Square	69
Tabel 19. Uji T Statistik	70

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Data Kuesioner
- Lampiran 4. Hasil Pengolahan Data
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 6. Hasil Ouput Outer Model PLS
- Lampiran 7. Hasil Inner Model PLS
- Lampiran 8. Hasil Ouput Model PLS