

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ONLINE SHOP (SHOPEE)**

**SKRIPSI**



Nama : Eriene Putri Diana Lorensa

Nim : 43117010207

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ONLINE (SHOPEE)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Nama : Eriene Putri Diana Lorensa

Nim : 43117010207

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eriene Putri Diana Lorensa

Nim : 43117010207

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Agustus 2021  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



**Eriene Putri Diana Lorensa**


Nim: 43117010207

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Eriene Putri Diana Lorensa  
NIM : 43117010207  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Online Shop (Shopee)  
Tanggal Sidang : 27 Oktober 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Arief Bowo Prayoga Kasmoo, S.E., M.M., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10232949



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Shopee. Subjek pada penelitian ini adalah seluruh pengguna shopee di Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 102 responden). Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode Purposive Sampling. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM dan pengolahan data menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, serta Electronic Word of Mouth berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi, Harga, Kepuasan Konsumen, *Online*, Shopee.



## ABSTRACT

*This study aimed to determine the effect of product quality, promotion, and price on customer satisfaction on Shopee. The subjects in this study were individuals who use the Shopee platform in Indonesia. The study utilised a sample size of 102 respondents. The sampling method employed was purposive sampling. This data was analysed using Structural Equation Modelling (SEM) and subsequently processed using Partial Least Squares (PLS). The findings of this study indicated that Product Quality, Promotion, and Electronic Word of Mouth all significantly and positively affected Customer Satisfaction.*

**Keywords:** *Product Quality, Promotion, Price, Customer Satisfaction, Online, Shopee.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani serta petunjuk dan kekuatan kepada penulis sehingga Proposal Skripsi yang diberi judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ONLINE SHOP (SHOPEE)" bisa diselesaikan, walau masih banyak kekurangan kritik dan saran sangat diharapkan penulis agar dapat lebih baik lagi dikemudian hari.

Penyusunan Proposal Skripsi ini tidak lepas dari dukungan dosen bimbingan Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D., yang telah memberikan masukan-masukan membangun, dan informasi yang jelas sangat membantu dalam penyusunan Proposal Skripsi ini, dengan dukungan beliau dalam penyusunan Proposal Skripsi ini tentunya dapat berjalan dengan baik, walaupun penulis masih harus memperbaiki diri agar dapat menjadi pribadi yang lebih baik lagi dikemudian hari. Selain itu penulis ingin mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak yang ada dibawah ini yang secara tidak langsung mengambil peran positif dalam penyusunan Proposal Skripsi ini terutama pada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Siselaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Dr. H. Sonny Indrajaya., MM selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si. selaku Dosen Metodologi Penelitian, yang telah memberikan materi-materi pendukung untuk penyusunan Proposal Skripsi.
5. Keluarga penulis, terutama ibu dan bapak yang sangat peduli terhadap pendidikan penulis,
6. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana atas ilmu pengetahuan dan fasilitas yang luar biasa.
7. Tim IT Universitas Mercu Buana yang berjuang mempertahankan aktifitas akademik disaat pandemi.
8. Teman-teman Manajemen S1 angkatan 2017 yang namanya tidak bisa penulis sebut satu per satu

Proposal Skripsi ini disusun dan dibuat berdasarkan materi – materi yang ada. Materi – materi bertujuan agar dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam belajar. Serta juga dapat memahami nilai – nilai dasar yang direfleksikan dalam berpikir dan bertindak. Mudah-mudahan dengan mempelajari Proposal Penelitian ini, akan mampu menghadapi masalah-masalah atau kesulitan-kesulitan yang timbul dalam belajar. Dan dengan harapan semoga semua mampu berinovasi dan berkreasi dengan potensi yang dimiliki serta bisa memahaminya.

Penulis menyadari bahwa Proposal Skripsi ini masih jauh dalam kata sempurna, namun penulis berharap semoga dapat bermanfaat bagi semua orang,



akhir kata dengan segala hormat dan kerendahan hati, mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal ini , Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, 23 Agustus 2021



Eriene Putri Diana Lorensa

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kontribusi Penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	10
2. Kepuasan Konsumen .....	10
3. Kualitas Produk .....	15
4. Promosi.....	16
5. Harga.....	17
6. Penelitian Terdahulu .....	19
B. Kerangka Penelitian .....	23
C. Hipotesis dan Hubungan Antar Variabel .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	26
1. Waktu Penelitian .....	26

B. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	27
1. Definisi Variabel .....	27
C. Skala Pengukuran Variabel.....	31
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Metode Analisis Data.....	33
G. Hasil Pengujian Hipotesis .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	37
B. Statistik Deskriptif .....	39
1. Deskripsi Responden .....	39
2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel.....	41
C. Hasil Analisis Data SEM-PLS .....	44
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>58</b>
A. Kesimpulan .....	58
B. Saran.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>66</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Profesi.....	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Promosi.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Harga .....	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	44
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	47
Tabel 4.9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)</i> .....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (HTMT)</i> .....	48
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	51
Tabel 4.14 Nilai <i>R-Square (R<sup>2</sup>)</i> .....	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Nilai <i>Q-Square (Q<sup>2</sup>)</i> .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	24
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS .....	49

