

**PENGARUH PROSES PEMESANAN, KUALITAS PRODUK  
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
MARKETPLACE SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yang  
Pernah Melakukan Pembelian Online Melalui E-commerce  
Shopee)**

**SKRIPSI**



**NAMA : Tegar Putra Buana**

**NIM : 43119210029**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH PROSES PEMESANAN, KUALITAS PRODUK  
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
MARKETPLACE SHOPEE  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yang  
Pernah Melakukan Pembelian Online Melalui E-commerce  
Shopee)**

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



Nama : Tegar Putra Buana

NIM : 43119210029

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

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tegar Putra Buana

NIM : 43119210029

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi pembatalan ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebernarnya.

Bekasi, 23 Oktober 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Tegar Putra Buana

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tegar Putra Buana  
NIM : 43119210029  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH PROSES PEMESANAN, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yang Pernah Melakukan Pembelian Online Melalui E-commerce Shopee)  
Tanggal Sidang : 29 September 2023

Disahkan oleh :


Pembimbing


  
Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M

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 10233072



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Proses Pemesanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Marketplace* Shopee. Sampel yang digunakan adalah 100 responden (Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yang Pernah Melakukan Pembelian Online Melalui E-commerce Shopee). Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis kuantitatif dengan menggunakan statistik. Penelitian ini membuktikan bahwa Proses Pemesanan positif dan signifikan pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Marketplace* Shopee. Kualitas Produk positif dan signifikan pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Marketplace* Shopee. Lokasi positif dan signifikan pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Marketplace* Shopee.

**Kata Kunci:** Proses Pemesanan, Kualitas Produk, Lokasi, Kepuasan Konsumen Pada *Marketplace* Shopee



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of the ordering process, product quality and location on consumer satisfaction in the Shopee marketplace. The sample used is 100 respondents (For Mercu Buana University Students Who Have Made Online Purchases Through E-commerce Shopee). Sampling method using purposive sampling. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. Quantitative analysis method using statistics. This research proves that the Order Process has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction at the Shopee Marketplace. Product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction in the Shopee marketplace. Location is positive and has a significant effect on consumer satisfaction in the Shopee marketplace.*

**Keywords:** *Order Process, Product Quality, Location, Consumer Satisfaction on the Shopee Marketplace*



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Proses Pemesanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yang Pernah Melakukan Pembelian Online Melalui E-commerce Shopee).”** Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusun Proposal skripsi penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada bapak Dr. Eri Marlapa, S.E, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan kepada peneliti dan peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, M.M, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Tukhas Shilul Imaroh, M.M, selaku dosen metodologi penelitian pemasaran, yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama satu semester ini.
5. Bapak Dr. Eri Marlapa, SE, MM Selaku Dosen Pembimbing Penulis, yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada peneliti.
7. Teristimewa, terima kasih kepada orang tua dan saudara saya yang telah memberikan semangat, doa serta dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada saya serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang dapat membangun dari berbagai pihak. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Bekasi, 10 Juni 2023

Tegar Putra 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>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kontribusi Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>12</b>
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Manajemen Pemasaran .....	12
a. Definisi Manajemen Pemasaran .....	12
b. Bauran Pemasaran.....	13
c. Konsep Pemasaran .....	16
2. Pemesanan .....	16
a. Definisi Pemesanan.....	16
b. Sistem Pemesanan.....	17
c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pemesanan .....	18
d. Dimensi dan Indikator Pemesanan.....	19

3.	Kualitas Produk .....	20
a.	Definisi Kualitas Produk.....	20
b.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	22
c.	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	23
4.	Lokasi .....	23
a.	Definisi Lokasi.....	23
b.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	24
c.	Dimensi dan Indikator Lokasi.....	26
d.	Penentuan Lokasi.....	27
5.	Kepuasan Konsumen .....	27
a.	Definisi Kepuasan Konsumen .....	27
b.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	28
c.	Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen .....	29
6.	Penelitian Terdahulu.....	30
B.	Rerangka Konseptual .....	33
C.	Pengembangan Hipotesis .....	34
1.	Pengaruh Proses Pemesanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	34
2.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	34
3.	Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	36
B.	Desain Penelitian.....	36
C.	Definisi dan Oprasionalisasi Penelitian .....	37
1.	Definisi Variabel .....	37
2.	Operasionalisasi Variabel.....	38
D.	Pengukuran Variabel.....	43
E.	Populasi dan Sampel Pengukuran .....	44
1.	Populasi .....	44
2.	Sampel Pengukuran .....	44
F.	Metode Pengumpulan Data .....	45
G.	Metode Analisis Data.....	46



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>67</b>
A. Simpulan .....	67
B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>70</b>



## DAFTAR TABEL

1.1	Pra-Survey Kepuasan Konsumen pada <i>Marketplace</i> Shopee	5
2.1	Penelitian Terdahulu	30
3.1	Operasionalisasi Variabel Pemesanan	39
3.2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	40
3.3	Operasionalisasi Variabel Lokasi	41
3.4	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Konsumen	42
3.5	Skala Likert	43
4.1	Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	54
4.2	Hasil Uji Reliabilitas Proses Pemesanan (X1)	55
4.3	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2)	55
4.4	Hasil Uji Reliabilitas Lokasi (X3)	56
4.5	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)	56
4.6	Hasil Uji Validitas Proses Pemesanan (X1)	57
4.7	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	58
4.8	Hasil Uji Validitas Lokasi (X3)	59
4.9	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	60
4.10	Hasil Uji Normalitas (Histogram)	61
4.11	Hasil Uji Normalitas (Plot)	61
4.12	Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov)	62
4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	62
4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
4.15	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	64
4.16	Uji F (Simultan)	64
4.17	Uji Regresi Linear Berganda	65
4.18	Uji T (Parsial)	66

## DAFTAR GAMBAR

1.1	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia pada tahun (2018-2021)	2
1.2	Tingkat Kunjungan E-commerce di Indonesia 2021	4
2.1	Rerangka Konseptual	34



## DAFTAR LAMPIRAN

1.1	Hasil Kuisisioner Variabel Proses Pemesanan	74
1.2	Hasil Kuisisioner Variabel Kualitas Produk	76
1.3	Hasil Kuisisioner Variabel Lokasi	82
1.4	Hasil Kuisisioner Variabel Kepuasan Konsumen	85

