

**PENGARUH *DIGITAL BRANDING*, *SOCIAL MARKETING*,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

Pada Aplikasi Kitabisa.com Wilayah Jakarta Selatan

SKRIPSI



Oleh:

REGINA NURUL ISMI

NIM: 43120010147

MERCU BUANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

**PENGARUH *DIGITAL BRANDING*, *SOCIAL MARKETING*,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

Pada Aplikasi Kitabisa.com Wilayah Jakarta Selatan

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



Oleh:
REGINA NURUL ISMI
NIM: 43120010147

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : REGINA NURUL ISMI

Nim : 43120010147

Program Studi : S1 MANAJEMEN

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 melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Juni 2024



REGINA NURUL ISMI
NIM: 43120010147

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Regina Nurul Ismi
NIM : 43120010147
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Digital Branding, Social Marketing, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Kitabisa.com Wilayah Jakarta Selatan
Tanggal Sidang : 21 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Andriansyah Bachtillah Putra, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244256



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Digital Branding*, *Social Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada aplikasi Kitabisa.com di wilayah Jakarta Selatan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis data sekunder. Metode Penelitian ini dilakukan dengan analisis memakai *software Partial Least Square (SmartPLS)* versi 4 dengan populasi pengguna baik yang pernah menggunakan, maupun pengguna tetap aplikasi donasi *digital* Kitabisa.com di Jakarta Selatan, diambil sebanyak 140 responden dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Digital Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, *Social Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: *Digital Branding*, *Social Marketing*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.



ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Digital Branding, Social Marketing and Service Quality on Customer Satisfaction in the Kitabisa.com application in The South Jakarta Area. This type of research is a quantitative research with secondary data types. Methods This research was carried out by analysis using Partial Least Square (Smart-PLS) software version 4 with a population of users who have used, as well as regular users of the Kitabisa.com digital donation application in Jakarta Selatan, 140 respondents were taken using a purposive sampling method. The results of this research show that the Digital Branding has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, the Social Marketing has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, and the Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction.

Keywords: *Digital Branding, Social Marketing, Service Quality and Customer Satisfaction.*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil 'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH *DIGITAL BRANDING, SOCIAL MARKETING* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN Pada Aplikasi Kitabisa.com Wilayah Jakarta Selatan”. Penyusunan skripsi ini merupakan syarat untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Teristimewa kedua orang tua tercinta dan Kakak saya Nur Isyani yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Andriansyah Bachtillah Putra, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran,

waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

3. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Eri Marlapa, SE., MM., selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
7. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si., selaku dosen mata kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran.
8. Bapak Muhamad, SE., M.M., selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir.
9. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasi dan keikhlasan mencurahkan segala ilmu yang dimiliki untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak dan Ibu. Aamiin.
10. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan, penghibur dan penyemangat untuk saya.

11. Teman, sahabat perjuangan yang telah menemani dan berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga saat ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Jakarta, 22 Juni 2024

Regina Nurul Ismi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
B. RUMUSAN MASALAH	10
C. TUJUAN PENELITIAN	11
D. KONTRIBUSI PENELITIAN	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. KAJIAN PUSTAKA	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Perilaku Konsumen	17
3. Promosi (Promotion)	18
4. Produk (Product)	22
5. Kepuasan Pelanggan	24
6. Digital Branding	27
7. Social Marketing	32
8. Kualitas Pelayanan	34
9. Penelitian Terdahulu	36
B. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	42

BAB III	46
METODE PENELITIAN	46
A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN	46
1. Waktu Penelitian	46
2. Tempat Penelitian	46
B. DESAIN PENELITIAN	47
C. DEFINISI DAN OPERASIONALISASI VARIABEL	47
1. Definisi Variabel	47
2. Operasionalisasi Variabel	49
E. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	55
1. Populasi	55
2. Sampel	55
F. METODE PENGUMPULAN DATA	57
G. METODE ANALISIS DATA	57
1. Analisis Deskriptif	58
2. Uji Instrumen	59
3. Analisis Partial Least Square	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. ANALISIS DESKRIPTIF	63
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	63
2. Deskripsi Responden	64
3. Deskripsi Variabel	69
B. ANALISIS PARTIAL LEAST SQUARE	74
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	74
2. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Inner Model)	83
C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	87
1. Pengaruh Digital Branding Terhadap Kepuasan Pelanggan	87
2. Pengaruh Social Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan	88
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	89

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
A. KESIMPULAN	90
B. SARAN	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	97



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengguna <i>Platform</i> Donasi Digital Tahun 2023	5
Tabel 1.2	Hasil Pra Survey	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel <i>Digital Branding</i> (X1)	50
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel <i>Social Marketing</i> (X2)	51
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	52
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	53
Tabel 3.5	Skala <i>Likert</i>	55
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	68
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	69
Tabel 4.7	<i>Digital Branding</i>	70
Tabel 4.8	<i>Social Marketing</i>	71
Tabel 4.9	Kualitas Pelayanan	72
Tabel 4.10	Kepuasan Pelanggan	73
Tabel 4.11	Hasil Pengujian <i>Covergent Validity</i>	76
Tabel 4.12	Hasil Pengujian <i>Covergent Validity</i> (Modifikasi)	78
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	79
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterion</i>)	80
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	81
Tabel 4.16	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	82
Tabel 4.17	Hasil Pengujian <i>R-square</i>	84
Tabel 4.18	Nilai <i>Q-Square</i>	85
Tabel 4.19	Hasil Uji Hipotesis	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kolaborasi Dengan Artis	2
Gambar 1.2	Donasi Otomatis	3
Gambar 2.1	Contoh Dana Donasi Tersalurkan	28
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	45
Gambar 4.1	Hasil PLS Algorithm	75
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	78
Gambar 4.3	Hasil Uji Hipotesis	85



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Sumber Donasi yang Digunakan Milenial Tahun 2019	5
------------	--	---



DAFTAR LAMPIRAN

1.	Kuesioner	97
2.	Petunjuk Pengisian	98
3.	Pernyataan Kuesioner	100
4.	Tabulasi Data	103
5.	Deskripsi Responden	120
6.	Deskripsi Variabel	122
7.	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	124
8.	Hasil Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	129

