



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,
PROMOSI, KEAMANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(STUDI PADA PENGGUNA TOKOPEDIA)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh
NOFI KRISTİYANA
NIM : 2019-11-717**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,
PROMOSI, KEAMANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(STUDI PADA PENGGUNA TOKOPEDIA)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh:

NOFI KRISTIYANA

NIM. 2019-11-717

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2024

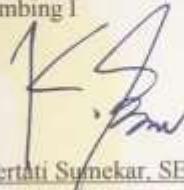
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, PROMOSI,
KEAMANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(STUDI PADA PENGGUNA TOKOPEDIA)**

Nama : Nofi Kristiyana
NIM : 201911717
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Pembimbing I



(Dr. Kertati Sumekar, SE., M.M)
NIDN. 0616077304


Pembimbing II



(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E. M.M)
NIDN. 0022038001

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, SE., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, PROMOSI,
KEAMANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN E-COMMERCE TOKOPEDIA
(STUDI PADA PENGGUNA TOKOPEDIA)**


Nama : Nofi Kristiyana
NIM : 201911717
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui

Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, SE., M.M.)
NIDN.0024037701

Pembimbing I

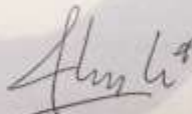

(Dr. Kertati Sumekar, SE., M.M.)
NIDN. 0616077304

Mengetahui

Dekan


(Dr. Kertati Sumekar, SE., M.M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E. M.M.)
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.” (Ridwan Kamil)

“Gunakan senyummu untuk merubah dunia, jangan biarkan dunia merubah senyummu.” (Kim Taehyung)

PERSEMBAHAN :

1. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen pembimbingku yang telah meluangkan waktu, pengarahan dan bimbingan, dalam menyusun skripsi ini.
3. Sahabat dan teman seperjuangan yang telah memberi semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini,

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan ridho, hidayah, dan inayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KEAMANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE TOKOPEDIA (STUDI PADA PENGGUNA TOKOPEDIA)”**. Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis baik tenaga, ide-ide maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah banyak memberikan arahan, saran dan bimbingan, dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberikan arahan, saran dan bimbingan, dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Selaku Dosen Program Studi Manajemen Dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada penulis ini.
7. Kedua orang tua tersayang saya ayahanda Suprpto (alm) dan ibu Sunipah yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, do'a,

dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada saya. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan saya. *I love you more.*

8. Para sahabat saya yang sangat saya sayangi Elma dan Vanillate terima kasih sudah selalu memberikan dukungan, motivasi dan semangat pada saat saya merasa ingin putusasa saat mengerjakan skripsi.
9. Terakhir diri saya sendiri, Nofi Kristiyana terima kasih telah berjuang melewati semuanya, untuk segala kerja keras dan semangatnya. Terima kasih karena tidak pernah menyerah dan selalu yakin bahwa kamu mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Kudus, 2024

Penulis,

Nofi Kristiyana
201911717

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, PROMOSI,
KEAMANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA (STUDI PADA PENGGUNA
TOKOPEDIA)**

NOFI KRISTIYANA

201911717

Pembimbing 1 : Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.

2 : Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan, persepsi harga, promosi, keamanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dengan membagikan kuesioner kepada 145 responden yang telah membeli 2 kali di Tokopedia. Metodehe pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh postif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi promosi, keamanan dan citra merek berpengaruh postif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara simultan kualitas pelayanan, persepsi harga, promosi, keamanan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Perspsi Harga, Promosi, Keamanan, Citra Merek Kepuasan Pelanggan.

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PERCEPTION OF PRICE,
PROMOTION, SECURITY, AND BRAND IMAGE ON TOKOPEDIA E-
COMMERCE CUSTOMER SATISFACTION (STUDY ON TOKOPEDIA
USERS)***

NOFI KRISTIYANA

201911717

Advisor 1 : Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.

2 : Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.

UNIVERSITY MURIA KUDUS

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM**

ABSTRACT

This research aims to analyze service quality, price perception, promotion, security and brand image on customer satisfaction. The research method used is a quantitative method. The data collection technique used was by distributing questionnaires to 145 respondents who had purchased twice on Tokopedia. The sampling method in this research is a purposive sampling technique. The analytical methods used are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, t test, f test, and coefficient of determination. The results of the research show that partially service quality and price perception have a positive and insignificant effect on customer satisfaction, but promotion, security and brand image have a significant positive effect on customer satisfaction. Meanwhile, simultaneously service quality, price perception, promotion, security and brand image influence customer satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction, Price Perception, Promotion, Security, Brand Image Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	14
1.3 Perumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Pemasaran	17
2.2 Bauran Pemasaran.....	17
2.3 Kualitas Pelayanan	17
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	17
2.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	18
2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	18
2.4 Persepsi Harga.....	20
2.4.1 Pengertian Persepsi Harga.....	20
2.4.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga	20
2.4.3 Indikator Persepsi Harga	21
2.5 Promosi	23
2.5.1 Pengertian Promosi.....	23

2.5.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....	23
2.5.3 Indikator Promosi	24
2.6 Keamanan.....	26
2.6.1 Pengertian Keamanan.....	27
2.6.2 Indikator Keamanan	27
2.7 Citra Merek	29
2.7.1 Pengertian Citra Merek	29
2.7.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	30
2.7.3 Indikator Citra Merek.....	30
2.8 Kepuasan Pelanggan	32
2.8.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	32
2.8.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	33
2.8.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	34
2.9 Tinjauan Penelitian Terdahulu	35
2.10 Pengaruh Antar Variabel.....	41
2.10.1 Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	41
2.10.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	42
2.10.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	43
2.10.4 Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	43
2.10.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	44
2.11 Kerangka Pemikiran Teoritis	45
2.12 Hipotesis.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Rancangan Penelitian	47
3.2 Variabel Penelitian	48
3.2.1 Variabel Independen.....	48
3.2.2 Variabel Dependen	48
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	48
3.3.1 Kualitas Pelayanan	48
3.3.2 Persepsi Harga.....	49
3.3.3 Promosi.....	49

3.3.4 Keamanan.....	50
3.3.5 Citra Merek.....	50
3.3.6 Kepuasan Pelanggan.....	51
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	51
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	52
3.5.1 Populasi.....	52
3.5.1 Sampel dan Teknik Sampling.....	52
3.6 Pengumpulan Data.....	55
3.6.1 Kuesioner (Angket).....	55
3.7 Pengolahan Data.....	55
3.8 Analisis Data.....	55
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.9.1 Uji Validitas.....	56
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	56
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	57
3.10.1 Uji Multikolonieritas.....	57
3.10.2 Uji Autokolerasi.....	58
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas.....	58
3.10.4 Uji Normalitas.....	59
3.10.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
3.11 Penguji Hipotesis.....	63
3.11.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	63
3.11.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	61
3.11.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	6
4.2 Penyajian Data.....	66
4.2.1 Karakteristik Responden.....	66
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	67
4.3 Analisis Data.....	73

4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	73
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	77
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis	83
4.4 Pembahasan.....	88
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	88
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	89
4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	89
4.4.4 Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	90
4.4.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	97
Lampiran	104

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.2 Kelemahan dan kelebihan dari beberapa e-commerce.....	10
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Minimal Pembelian	66
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan	67
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Promosi.....	69
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Keamanan	70
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Citra Merek.....	71
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan.....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi.....	77
Tabel 4.14 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	83
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F)	86
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Ulasan Variabel Kualitas Pelayanan	5
Gambar 1.2 Ulasan Variabel Persepsi Harga.....	6
Gambar 1.3 Ulasan Variabel Promosi	7
Gambar 1.4 Ulasan Variabel Keamanan.....	8
Gambar 1.5 Ulasan Variabel Citra Merek	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	45
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik Scatterplot.....	78
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Secara Grafik Kurva Normal P-Plot	79