



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *CUSTOMER VALUE*, PERSEPSI
HARGA, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PRODUK SKINCARE SKINTIFIC DI *E-COMMERCE*
SHOPEE**

Oleh :

FRICILLIA AYU WIDARA

NIM : 202011380

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

TAHUN 2024



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *CUSTOMER VALUE*, PERSEPSI
HARGA, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PRODUK SKINCARE SKINTIFIC DI *E-COMMERCE*
SHOPEE**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria
Kudus

Oleh :

FRICILLIA AYU WIDARA

NIM : 202011380

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

TAHUN 2024

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *CUSTOMER VALUE*, PERSEPSI
HARGA, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PRODUK SKINCARE SKINTIFIC DI *E-COMMERCE*
SHOPEE**

Nama : Fricillia Ayu Widara

Nim : 202011380

Prodi : Manajemen

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

Kudus,

Pembimbing I



(Nuru/Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)

NIDN. 0615079303

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *CUSTOMER VALUE*, PERSEPSI
HARGA, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PRODUK SKINCARE SKINTIFIC DI *E-COMMERCE*
SHOPEE**

Nama : Fricillia Ayu Widara
Nim : 202011380
Prodi : Manajemen

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

Kudus, 2024

Mengetahui

Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I


(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Mengetahui
Dekan



(Dr. Kertiati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)
NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, melainkan keberhasilan adalah milik mereka yang senantiasa berusaha."

-BJ Habibie-

"Jangan menggenggam apa yang tak muat di tangan, jangan mengejar apa yang langkah kakimu tak sampai."

-Ustadz Hanan Attaki-

"Ketika kamu ikhlas menerima semua kekecewaan hidup, maka Allah akan membayar tuntas kekecewaan dengan beribu-ribu kebaikan."

"Balas dendam terbaik adalah menjadikan dirimu lebih baik."

-Ali bin Abi Thalib-

Persembahan :

1. Kedua orang tua dan seluruh keluarga saya.
2. Almamater Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **"PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *CUSTOMER VALUE*, PERSEPSI HARGA, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK SKINCARE SKINTIFIC DI *E-COMMERCE SHOPEE*".** Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir saya sebagai mahasiswa pada Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan serta saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih 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. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan pengarahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
6. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang penulis sayangi yang selalu mendoakan serta selalu memberikan perhatian dan semangat kepada penulis sehingga sampai pada titik ini.
7. Sahabat serta teman-teman yang telah membantu dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi sampai akhir.
8. Seluruh responden yang merupakan para konsumen dari skincare Skintific di *e-commerce* Shopee yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh untuk mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan bagi para pembaca.

Kudus, 28 Juli 2024

Penulis,

Fricillia Ayu Widara

202011380

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER VALUE, PERSEPSI
HARGA, DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PRODUK SKINCARE SKINTIFIC DI E-
COMMERCE SHOPEE**

FRICILLIA AYU WIDARA

202011380

Pembimbing: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

2. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, *customer value*, persepsi harga, dan *digital marketing* terhadap kepuasan konsumen pada produk skincare Skintific di *e-commerce* Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang telah membeli produk skincare Skintific di *e-commerce* Shopee minimal 2 kali. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan alat analisis IBM SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, *customer value* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan kualitas layanan, *customer value*, persepsi harga, dan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk skincare Skintific di *e-commerce* Shopee.

Kata kunci: kualitas layanan, *customer value*, persepsi harga, *digital marketing*, kepuasan konsumen

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER VALUE, PRICE PERCEPTION, AND DIGITAL MARKETING ON CONSUMER SATISFACTION WITH SKINTIFIC SKINCARE PRODUCTS IN E-COMMERCE SHOPEE

FRICILLIA AYU WIDARA

202011380

Pembimbing: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

2. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of service quality, customer value, price perception, and digital marketing on consumer satisfaction with Skintific skincare products on Shopee e-commerce. The research method used is a quantitative method. The data collection technique used was by distributing questionnaires to 100 respondents who had purchased Skintific skincare products on Shopee e-commerce at least twice. The sampling method in this research used purposive sampling. The data analysis technique uses multiple regression analysis with the IBM SPSS version 26 analysis tool. The research results show that partially service quality has a positive and insignificant effect on consumer satisfaction, customer value has a positive and insignificant effect on consumer satisfaction, price perception has a positive and significant effect on consumer satisfaction, digital marketing has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Simultaneously, service quality, customer value, price perception, and digital marketing have a positive and significant effect on consumer satisfaction with Skintific skincare products on Shopee e-commerce.

Keywords: service quality, customer value, price perception, digital marketing, customer satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	11
1.3. Perumusan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Landasan Teori	15
2.1.1. Pemasaran	15
2.1.2. Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.3. Kualitas Layanan.....	20
2.1.4. Customer Value	22
2.1.5. Persepsi Harga.....	25
2.1.6. Digital Marketing	28
2.2. Pengaruh Antar Variabel	31
2.2.1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
2.2.2. Pengaruh <i>Customer Value</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	32

2.2.3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
2.2.4. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	34
2.3. Penelitian Terdahulu.....	35
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	37
2.5. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1. Rancangan Penelitian.....	40
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
3.2.1. Variabel Penelitian	40
3.2.2. Definisi Operasional Variabel	41
3.3. Jenis dan Sumber Data	44
3.3.1. Jenis Data	44
3.2.2. Sumber Data.....	45
3.4 Populasi dan Sampel	45
3.4.1. Populasi.....	45
3.4.2. Sampel.....	46
3.5. Pengumpulan Data	47
3.6. Uji Instrumen Penelitian	48
3.6.1. Uji Validitas.....	48
3.6.2. Uji Reliabilitas	49
3.7. Pengolahan Data.....	49
3.8. Analisis Data	50
3.8.1. Uji Asumsi Klasik	51
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.8.3 Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan Skintific.....	57
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan Skintific	58
4.2. Penyajian Data	59
4.2.1. Karakteristik Responden	59

4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	61
4.2. Analisis Data	66
4.3.1. Uji Statistik Deskriptif	68
4.3.2. Uji Instrumen	68
4.3.3. Uji Asumsi Klasik	70
4.3.4. Uji Regresi Linear Berganda.....	74
4.3.5. Uji Hipotesis	76
4.4 Pembahasan.....	81
4.4.1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	81
4.4.2. Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap Kepuasan Konsumen	82
4.4.3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	82
4.4.4. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	83
4.4.5. Pengaruh Kualitas Layanan, <i>Customer Value</i> , Persepsi Harga, dan <i>Digital Marketing</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Produk Pelembab Wajah Terlaris di Shopee & Tokopedia.....	3
Gambar 1. 2 Keluhan konsumen terhadap layanan dari pihak Skintific di <i>e-commerce</i> Shopee.....	5
Gambar 1. 3 Penilaian & Ulasan Negatif Produk Skincare Skintific Di Shopee....	7
Gambar 1. 4 Ulasan negatif terhadap aplikasi Shopee.....	9
Gambar 1. 5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
Gambar 4. 1 Logo Skintific.....	58
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas melalui P-Plot.....	71
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik Scatterplot.....	73

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Daftar produk terlaris di Shopee dan Tokopedia untuk kategori pelembab wajah periode 1-30 September 2023	4
Tabel 1. 2 Daftar harga kategori produk pelembab wajah di Shopee	8
Tabel 3. 1 Skala Likert	48
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli	60
Tabel 4. 4 Variabel Kualitas Layanan.....	61
Tabel 4. 5 Variabel <i>Customer Value</i>	62
Tabel 4. 6 Variabel Persepsi Harga.....	63
Tabel 4. 7 Variabel <i>Digital Marketing</i>	64
Tabel 4. 8 Variabel Kepuasan Konsumen	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	68
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi.....	74
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linear Berganda.....	75
Tabel 4. 16 Hasil Uji t	77
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	79
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2 Data Tabulasi Responden	101
Lampiran 3 Data Kuesioner	104
Lampiran 4 Analisis Data.....	110
Lampiran 5 Bukti Screenshoot Pengumpulan Data Kuesioner.....	119
Lampiran 6 r tabel	120
Lampiran 7 t tabel	121
Lampiran 8 F tabel	122
Lampiran 9 Tabel Durbin-Watson.....	123