

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN ONLINE SHOP
SHOPEE INDONESIA
(Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

**Oleh :
Christian Anthoni
201510325162**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap
Kepuasan Pelanggan Online Shop Shopee Indonesia
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi di
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Christian Anthoni

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325162

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2019



Hadita, S.Pd., M.M
NIDN :0329048302

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap
Kepuasan Pelanggan Online Shop Shopee Indonesia
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi di
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Christian Anthoni

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325162

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2019

Jakarta, 31 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Anton Wachidin Widjaya, S.E., M.M
NIDN : 0311116501

Penguji I : Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

Penguji II : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN : 0305087310

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN : 0325057908

Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M.
NIDN : 0316066201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Variasi Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop Shopee Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 30 Juni 2019

Yang membuat pernyataan,



Christian Anthoni
201510325162

ABSTRAK

Christian Anthoni. 201510325162. Pengaruh Variasi Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop Shopee Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Variasi produk dan Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Shoppe di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang menjadi pelanggan Shopee, teknik sampling yang digunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 150 orang. Metode yang dipergunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik analisis linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji R^2 uji-T dan uji-F dengan tingkat signifikan 5%. Dari hasil penelitian terbukti bahwa Variasi produk dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan.

Kata kunci : Variasi produk, promosi, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

Christian Anthoni. 201510325162. Effect of Product and Promotion Variations on Shopee Indonesia Shop Online Customer Satisfaction (Case Study of Faculty of Economics Students at Bhayangkara University, Greater Jakarta)

The purpose of this study was to determine the effect of product variation and promotion has a significant positive effect on customer satisfaction Shoppe at Bhayangkara University, Greater Jakarta. The population of this study is the Faculty of Economics Students at Bhayangkara University, Jakarta Raya who are Shopee customers, the sampling technique used was purposive sampling with a sample of 150 people. The method used is a qualitative research method using multiple linear analysis techniques and hypothetical tests using R2 test, T-test and F-test with a significant level of 5%. From the results of the study it is proven that product variations and promotions have a positive and significant effect on customer satisfaction partially and simultaneously.

Keywords: *Product variations, promotions, customer satisfaction.*

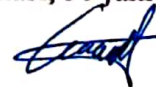
KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan berkat serta kasihNya penulis masih diberikan kesehatan dan kemampuan dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN ONLINE SHOP SHOPEE INDONESIA (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”**.

Skripsi ini disusun sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam Penyusunan Skripsi tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan kerelaan hati telah memberi bimbingan, doa serta semangat yang begitu berarti. Penulis dengan segala hormat mengucapkan trima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Dr. Drs. (P) H. Bambang Karsono, SH.,MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Sugeng Suroso, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Ir. Adlin Nazli Lubis., MM sebagai Dosen perwalian Akademik kami di kelas Semester 8.B2 atas dukungannya.
5. Ibu Hadita, S.Pd., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dukungan kepada penulis.

Bekasi, 30 juni 2019



Christian Anthoni

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kepuasan Pelanggan	6
2.2 Variasi Produk	7
2.3 Promosi	8
2.4 Penelitian Terdahulu	9

2.5 Kerangka Berfikir.....	14
2.6 Hipotesis.....	14
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	16
3.2 Tahapan Penelitian	16
3.3 Model Konseptual Penelitian	17
3.4 Operasional Variabel.....	17
3.5 Waktu Dan Tempat Penelitian	18
3.5.1 Waktu Penelitian.....	18
3.5.2 Tempat Penelitian	19
3.6 Populasi dan Sampel	19
3.6.1 Populasi.....	19
3.6.2 Sample.....	19
3.7 Metode Analisis Data.....	20
3.7.1 Uji Validitas	20
3.7.2 Uji Realibitas.....	21
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.8.1 Data Primer	21
3.8.2 Data Sekunder	21
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda	21
3.10 Uji Hipotesis	22
3.10.1 Uji R ² (Koefisien determinasi).....	22
3.10.2 Uji F (Uji Koefisien Regresi Secara Simultan).....	22

3.10.3 Uji T (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)	23
-----------------------------------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan Shopee.....	24
4.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	25
4.3 Identitas Responden	25
4.4 Uji Kualitas Data.....	28
3.4.1 Uji Validitas	28
3.4.2 Uji Reliabilitas	29
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	30
4.5.1 Uji Normalitas.....	30
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	31
4.5.3 Uji Autokorelasi.....	32
4.5.4 Uji Heteroskedastisitas.....	33
4.6 Analisa Regresi Linear Berganda Uji Hipotesis.....	34
4.6.1 Uji R ² (Koefisien Determinasi)	35
4.6.2 Uji F (Pengujian secara Simultan)	36
4.6.3 Uji T (Pengujian secara Parsial).....	36

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan	38
5.2 Implikasi Manajerial	38

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Operasional Variabel	17
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	25
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	26
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	27
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	28
Tabel 4.6 Uji Validitas	39
Tabel 4.7 Uji Reabilitas	30
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	31
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	32
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	33
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	34
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda	34
Tabel 4.13 Hasil Uji R ²	35
Tabel 4.14 Hasil Uji F	36
Tabel 4.15 Hasil Uji T	37

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengunjung Kuartal II dan III	2
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	14



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan Kuesioner

Lampiran 2 Buku Bimbingan

Lampiran 3 Uji Referensi

Lampiran 4 Uji Plagiarisme

Lampiran 5 Hasil Olahan Data SPSS

Lampiran 6 Hasil Olahan Data Kuesioner

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

