

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA *MARKETPLACE* LAZADA
PRODUK 3SECOND**

**(Studi Kasus Mahasiswa/i Program Studi Manajemen Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

Oleh:

Indra Samuel

202010325447



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Marketplace* Lazada Produk 3Second (Studi Kasus Mahasiswa/i Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Indra Samuel

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325447

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 7 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Neng siti Komariah, SE, MM
NIDN. 0327128105

Sekretaris tim Penguji : Haryudi Anas, SE, MSM
NIDN. 0317117801

penguji : Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601


.....

.....

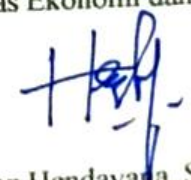
.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen,


Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada *Marketplace* Lazada
Produk 3Second (Studi Kasus Mahasiswa/I
Program Studi Manajemen Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Indra samuel
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325447
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Jakarta, November 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I,



Dr.Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Pembimbing II,



Dr. Dewi Sri Woelandari, P.G.S.E., M.Sc
NIDN. 0303017106

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Marketplace* Lazada Produk 3Second (Studi Kasus Mahasiswa/i Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya) ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh 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 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.

Jakarta, 1 Februari 2025

Yang membuat pernyataan



Indra Samuel

Indra Samuel, 202010325447, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Marketplace* Lazada Produk 3Second (Studi Kasus Mahasiswa/i Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh parsial maupun simultan dari variabel independen, yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2), terhadap variabel dependen, yakni kepuasan pelanggan (Y). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling berdasarkan perhitungan rumus Slovin. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk 3Second melalui marketplace Lazada, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27. Berdasarkan hasil analisis uji parsial (t), kualitas produk menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 2,092, yang lebih besar dari t tabel 1,660, serta tingkat signifikansi 0,039 yang berada di bawah batas 0,05. Demikian pula, variabel harga memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan t hitung sebesar 2,013, melebihi t tabel 1,660, serta nilai signifikansi 0,047 yang lebih kecil dari 0,05. Sementara itu, dalam uji simultan (F), kedua variabel independen, yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2), secara bersamaan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan nilai F hitung sebesar 6,252 yang lebih tinggi dibandingkan F tabel 3,09, serta nilai signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan bahwa korelasi antara kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) mencapai 89,3%.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan

Indra Samuel, 202010325447, The Influence of Product Quality and Price on Customer Satisfaction in the 3Second Products Lazada Marketplace (Case Study of Management Study Program Students at Bhayangkara University, Jakarta Raya).

ABSTRACT

This study aims to analyze both the partial and simultaneous effects of independent variables, namely product quality (X_1) and price (X_2), on the dependent variable, which is customer satisfaction (Y). The research employs a quantitative approach, utilizing a simple random sampling technique based on Slovin's formula for sample calculation. The respondents in this study are consumers who have purchased 3Second products through the Lazada marketplace, with a total sample size of 100 participants. Data processing is conducted using SPSS software version 27. Based on the results of the partial test (t-test), product quality has a significant effect on customer satisfaction, with a t-value of 2.092, which is greater than the t-table value of 1.660, and a significance level of 0.039, which is below the threshold of 0.05. Similarly, the price variable has a significant impact on customer satisfaction, with a t-value of 2.013, exceeding the t-table value of 1.660, and a significance level of 0.047, which is less than 0.05. Meanwhile, in the simultaneous test (F-test), both independent variables—product quality (X_1) and price (X_2)—together have a significant influence on customer satisfaction (Y), with an F-value of 6.252, which is higher than the F-table value of 3.09, and a significance level of 0.003, which is below 0.05. Additionally, the determination test (R^2) results indicate that the correlation between product quality (X_1) and price (X_2) with customer satisfaction (Y) reaches 89.3%.

Keywords: Product Quality, Price, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya alhasil penulis bisa menuntaskan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MARKETPLACE LAZADA PRODUK 3SECOND (Studi Kasus Mahasiswa/i Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”**. Salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya adalah selesainya skripsi ini.

Penulis mengetahui kalau tanpa dorongan, dukungan, arahan, serta nasihat dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi, karya ini tidak hendak bisa teratasi. Dalam peluang ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus pada pihak-pihak, yaitu:

1. Prof. Dr. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik serta dosen pembimbing skripsi pertama yang selalu membimbing, memberikan arahan maupun motivasi kepada penulis selama perkuliahan dan pembuatan skripsi.

5. Dr. Dewi Sri Woelandari, P.G,S.E.,M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi kedua yang telah memberikan bantuan, saran, selalu membimbing, memberikan arahan maupun motivasi kepada penulis selama perkuliahan dan pembuatan skripsi.
6. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat serta teman seperjuangan skripsi yang senantiasa menolong serta mensupport dalam menuntaskan skripsi.

Penulis bersedia menerima kritik dan saran dari pembaca karena menyadari masih banyak kesalahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 30 Januari 2025

Indra Samuel
202010325447

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Tugas Akhir	11
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Telaah Teoritis.....	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	13
2.1.3 Kualitas Produk.....	16
2.1.4 Harga	20
2.2.1 Telaah Empiris.....	24
2.3 Kerangka Konseptual.....	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1. Jenis penelitian.....	28
3.2. Obyek Penelitian dan Rencana Waktu Penelitian.....	28
3.3. Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1. Populasi	29
3.3.2. Sampel	29
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	30

3.5.	Model Konseptual	31
3.6.	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.6.1.	Variabel Penelitian	32
3.7	Skala Pengukuran	34
3.8	Metode Analisis Data.....	35
3.8.1	Uji Validitas	36
3.8.2	Uji Reliabilitas	37
3.9	Uji Asumsi Klasik	37
3.10	Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.11	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	39
3.12	Uji Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1.	Profil Brand	41
4.1.2.	Visi dan Misi	42
4.2.	Deskripsi Data	42
4.2.1.	Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioner	42
4.3.	Hasil Analisis Data.....	42
4.3.1.	Uji Validitas	42
4.3.2.	Uji Reliabilitas	44
4.4.	Uji Asumsi Klasik	45
4.4.1.	Uji Normalitas.....	45
4.4.2.	Uji Multikolineritas	46
4.4.3.	Uji Heteroskedastisitas	47
4.5.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4.6.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	49
4.7.	Hipotesis.....	50
4.7.1.	Uji Parsial (Uji t)	50
4.7.2.	Uji Simultan (Uji f).....	51
4.8.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
BAB V PENUTUP		55
5.1	Kesimpulan	55

5.2 Saran.....	55
5.3. Keterbatasan Penelitian	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	61



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Produk Fashion	6
Tabel 1. 2 Hasil Pra Survey	7
Tabel 2. 1 Telaah Empiris.....	24
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian	33
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert	35
Tabel 4. 1 Uji Validitas Kualitas Produk (X_1).....	43
Tabel 4. 2 Uji Validitas Harga (X_2).....	43
Tabel 4. 3 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	44
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4. 6 Uji Multikolineritas	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Simultan (Uji f)	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (1998-2023)	1
Gambar 1. 2 Marketplace Pilihan Masyarakat Indonesia.....	2
Gambar 1. 3 10 Merek Fashion Favorit Responden	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3. 1 Model Konseptual	31
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	41
Gambar 4. 2 Uji Normalitas P-Plot.....	46
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Uji Referensi	73
Lampiran 2	Uji Plagiarisme	78
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 4	Data Tabulasi Hasil Kuesioner Budaya Organisasi	84
Lampiran 5	Data Tabulasi Hasil Kuesioner Komunikasi Organisasi	85
Lampiran 7	Data Tabulasi Hasil Kuesioner Lingkungan Kerja	86
Lampiran 8	Data Tabulasi Hasil Kuesioner Kepuasan Kerja	87
Lampiran 9	Data Tabulasi Hasil Kuesioner Kinerja Pegawai	88
Lampiran 7	SPSS	90
Lampiran 11	Surat Izin Penelitian	96
Lampiran 12	Surat Balasan Penelitian	97
Lampiran 13	Buku Bimbingan	98
Lampiran 14	Tabel T	99
Lampiran 15	Tabel F	100
Lampiran 16	Tabel R	101
Lampiran 17	Foto Kelurahan Jatimulya	102
Lampiran 18	Daftar Riwayat Hidup	103