

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA *MARKETPLACE* SHOPEE PRODUK KOSMETIK
WARDAH (Studi Kasus Mahasiswi FEB Prodi Manajemen
Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

OLEH:

NADYA FADHILAH AZZAHRA

202110325279



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga,
Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan
Pelanggan Pada *Marketplace* Shopee Produk
Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi
FEB Prodi Manajemen Angkatan 2021
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Nadya Fadhilah Azzahra

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325279

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 04 Februari 2025

Jakarta, 11 Februari 2025

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Andrian, SE., MM.

NIDN. 0321077102


Haryudi Anas, S.E. M.S.M.

NIDN. 0317117801

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga,
Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan
Pelanggan Pada *Marketplace* Shopee Produk
Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi
FEB Prodi Manajemen Angkatan 2021
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Nadya Fadhilah Azzahra
Nomor Pokok : 202110325279
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 04 Februari 2025

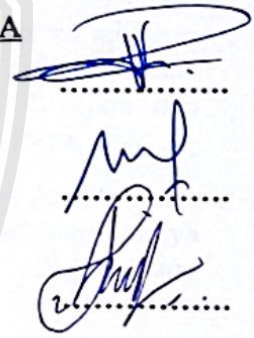
Jakarta, 11 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA
NIDN. 0309048102

Sekretaris Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, SE, MM
NIDN. 0325057908

Penguji : Dr. Andrian, SE., MM
NIDN. 0321077102



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

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

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Nadya Fadhilah Azzahra
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325279
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 02 September 2003
Alamat : Jl Kabelmas V Terusan /29 RT. 005/030
Kaliabang Tengah, Bekasi Utara.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Mahasiswi FEB Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”. Skripsi ni adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian 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 memberi 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, 11 Januari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



METERAI
TEMPEL
10000
B588CAMX152110250

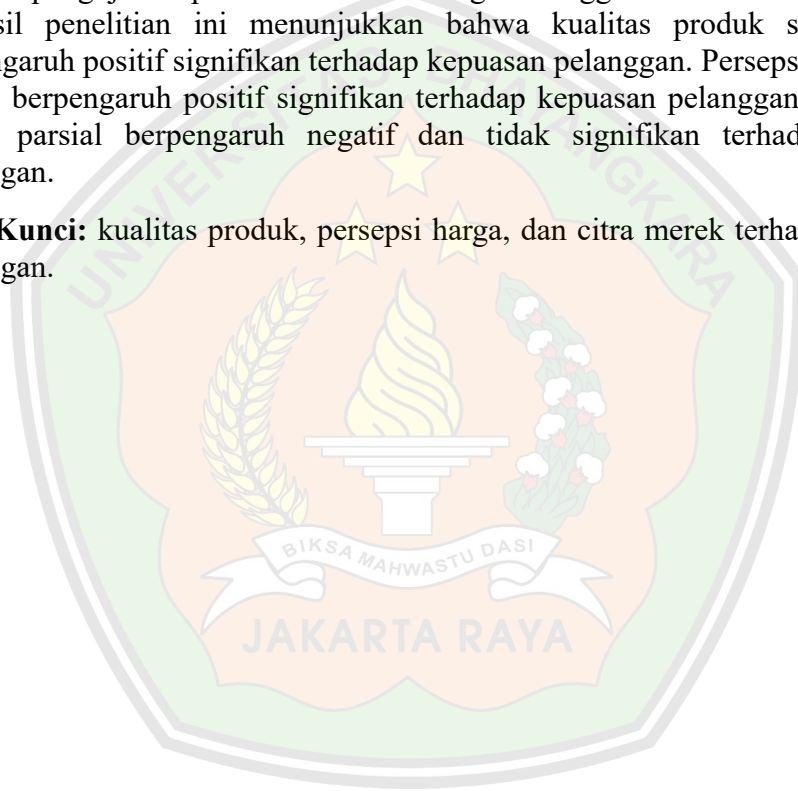
Nadya Fadhilah Azzahra

202010325279

ABSTRAK

Nadya Fadhilah Azzahra 202110325279. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Mahasiswi FEB Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial yaitu kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada *marketplace* Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari seluruh konsumen Wardah di Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan sampel 132 responden. Pengolahan data dan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persepsi harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan.



ABSTRACT

Nadya Fadhilah Azzahra 202110325279. *The Influence of Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction on the Shopee Marketplace (Case Study of FEB Management Study Program Class of 2021, Bhayangkara University, Greater Jakarta). The research conducted aims to find out simultaneously and partially, namely product quality, price perception, and brand image on customer satisfaction on the Shopee marketplace. This study uses a quantitative approach with a purposive sampling technique calculated using the Slovin formula. The population in this study consists of all Wardah consumers in the Management Study Program, Class of 2021, Bhayangkara University, Greater Jakarta with a sample of 132 respondents. Data processing and hypothesis testing were carried out using SPSS version 25 software. The results of this study showed that product quality partially has a significant positive effect on customer satisfaction. Price perception partially has a significant positive effect on customer satisfaction. Brand image partially has a negative and insignificant effect on customer satisfaction.*

Keyword: *product quality, price perception, and brand image on customer satisfaction.*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswi FEB Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”**.

Penulisan ini dilakukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis dibantu berbagai pihak yang membimbing, memberi dukungan, doa, dan material yang sangat bermanfaat bagi penulis. Maka dari itu, dengan rasa rendah hati dan penuh hormat penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. 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 Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Supriyanto, SE. MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang membimbing dan memberi dukungan kepada penulis di Kampus selama ini.
5. Dr. Andrian, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Haryudi Anas, S.E. M.S.M selaku Dosen Pembimbing II, penulis berterima kasih atas bimbingan, dukungan, saran serta ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua Orang Tua penulis yaitu Bapak Harun Cahyono dan Ibu Juwarsih, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Mereka memang tidak pernah duduk di bangku kuliah, namun mereka mampu mendidik penulis, memotivasi dan memberi dukungan. Terima kasih untuk doa yang dipanjatkan selama ini dan kerja keras serta pengorbanannya hingga penulis

mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan kepada penulis selama ini. Aamiin.

7. Kedua saudara kandung penulis yaitu Rizky Amalia dan Akhmal terima kasih telah memberi dukungan dan doa kepada penulis.
8. Sahabat juga teman seperjuangan penulis yaitu Dita, Friska, Nanad, Rahma, Aca, Akay yang menghibur dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih telah berjuang bersama penulis dari mahasiswa baru hingga mendapatkan gelar sarjana.
9. Sahabat penulis yaitu Ica, Putri, Amel, Dea dan Salsa, terima kasih atas doa, dukungan, bantuan dan semangat kepada penulis.
10. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namanya, yang telah banyak membantu, menemani, mendoakan serta memberi semangat dan dukungan kepada penulis.
11. Dan Terakhir, untuk diri saya, Nadya Fadhilah Azzahra terima kasih karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai, terima kasih juga sudah kuat dan berjuang sampai detik ini, yang tidak menyerah dalam rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi dan terima kasih juga karena telah sabar meskipun sedang dalam masa pengobatan pada saat proses skripsian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masi jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis, Oleh karena itu, diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk skripsi ini agar lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 11 Januari 2025
Penulis

Nadya Fadhilah Azzahra
202110325279

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Batasan Masalah	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	11
2.1.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	12
2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	13

2.2 Kualitas Produk	13
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	13
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	14
2.2.3 Indikator Kualitas Produk.....	15
2.3 Persepsi Harga	15
2.3.1 Pengertian Persepsi Harga	15
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga.....	16
2.3.3 Indikator Persepsi Harga.....	17
2.4 Citra Merek.....	18
2.4.1 Pengertian Citra Merek.....	18
2.4.2 Dimensi Citra Merek	19
2.4.3 Indikator Citra Merek	20
2.5 Telaah Empiris	21
2.6 Kerangka Konseptual	27
2.7 Hipotesis Penelitian.....	27
2.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.7.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.7.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29
2.7.4 Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Tahapan Penelitian.....	31
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel	32

3.4 Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.5 Jenis dan Sumber data	34
3.6 Teknik pengumpulan data.....	34
3.7 Operasional Variabel	35
3.8 Analisis Data.....	38
3.8.1 Uji Validitas	38
3.8.2 Uji Realibilitas	38
3.9 Uji Asumsi Klasik	39
3.9.1 Uji Normalitas	39
3.9.2 Uji Multikolinieritas	39
3.9.3 Uji Heteroskedasitas	40
3.10 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.11 Uji Hipotesis.....	41
3.11.1 Uji t parsial.....	41
3.11.2 Uji f Simultan.....	42
3.11.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.1 Profil Wardah	44
4.1.2 Profil Shopee	44
4.2 Deskripsi Data	45
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	45
4.2.2 Identitas Responden.....	46
4.3 Hasil Data	47
4.3.1 Uji Validitas	47
4.3.2 Uji Reliabilitas	50

4.4 Uji Asumsi Klasik	51
4.4.1 Uji Normalitas	51
4.4.2 Uji Multikolinieritas	52
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.6 Uji Hipotesis.....	55
4.6.1 Uji T (Uji Parsial)	55
4.6.2 Uji f (Uji Simultan).....	57
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	59
4.7.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	60
4.7.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
4.7.4 Pengaruh Kualitas produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	62
BAB V PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Keterbatasan Penelitian	64
5.2 Saran	64
REFERENSI.....	66
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Situs E-commerce kunjungan terbanyak di Indonesia.	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Skala Likert	35
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	36
Tabel 4. 1 Mekanisme Penyebaran Kuesioner	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 3 Pengguna Marketplace Shopee	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	47
Tabel 4. 5 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	48
Tabel 4. 6 Uji Validitas Persepsi Harga (X2)	48
Tabel 4. 7 Uji Validitas Citra Merek (X3)	49
Tabel 4. 8 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X3)	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	51
Tabel 4. 11 Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4. 12 Analisis Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji t (Parsial)	56
Tabel 4. 14 Uji F (Simultan)	58
Tabel 4. 15 Uji Koefisien determinasi (R^2)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.	1
Gambar 1.2.7 merek kosmetik lokal yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia.	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4. 1 Uji heteroskedastisitas.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Uji Plagiarisme	75
Lampiran 2: Uji Referensi.....	77
Lampiran 3: Surat permohonan penelitian.....	85
Lampiran 4: Lembar Kuesioner	87
Lampiran 5: Tabulasi Data Skala Penelitian	92
Lampiran 6: Tabel Output SPSS 25	103
Lampiran 7: Buku Bimbingan.....	126
Lampiran 8: Daftar Riwayat Hidup.....	129

