

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
SHOPEE PADA GEN Z**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

NANDILAH
NIM : 2412008052



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
SHOPEE PADA GEN Z**

Oleh:

Nama : NANDILAH
NIM : 2412008052
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui Oleh dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 27 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Sentot Eka Baskoro, S,SI, MM, MH

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Henky Hendrawan, S.Pd, MM, M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid., M.S



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
SHOPEE PADA GEN Z**

Oleh:

Nama : NANDILAH
NIM : 2412008052
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 27 Agustus 2024
Waktu : 09.00 -Selesai

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS
Tim Penguji Skripsi

Ketua : Eko Yuliawan., S.E., M.Si.

Anggota : Aziz Winardi N., S.T., MM.


(.....)

(.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Henky Hendrawan, S.Pd, MM, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NANDILAH
NIM 2412008052
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP 3203111706990002
Alamat : Kp. Karamat RT/RW 03/08, Desa Sukamulya, Kec.
Cugenang, Kab. Cianjur.

Dengan ini menyatakan Bahwa:

1. Skripsi yang Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pengguna Shopee pada Gen Z ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet danatau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk copot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 2024

NANDILAH

ABSTRAK

Nandilah. NIM 2412008052 Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Shopee Pada Gen Z

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh harga, produk, dan promosi terhadap kepuasan pengguna Shopee. Sebanyak 100 responden dari pengguna Shopee diambil sebagai sampel untuk penelitian ini. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil uji hipotesis parsial menunjukkan bahwa variabel harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Shopee, sedangkan variabel produk tidak berpengaruh secara signifikan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi harga yang ditawarkan oleh Shopee dan promosi yang dilakukan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan pentingnya Shopee untuk terus mempertahankan kebijakan harga yang kompetitif dan efektif, serta meningkatkan strategi promosi yang relevan dan menarik bagi pelanggan. Namun demikian, temuan bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna menunjukkan bahwa Shopee perlu memperhatikan aspek-aspek lain dalam upaya meningkatkan kepuasan pengguna, seperti kualitas produk, variasi produk, dan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Meskipun produk mungkin bukan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengguna, namun masih penting untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh pelanggan. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat di industri e-commerce, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi Shopee untuk mengoptimalkan strategi mereka dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pengguna. Dengan memahami pengaruh harga, produk, dan promosi terhadap kepuasan pengguna, Shopee dapat mengarahkan sumber daya mereka secara efektif untuk menciptakan pengalaman belanja online yang lebih memuaskan bagi pelanggan mereka.

Kata kunci : Harga, Produk dan Promosi.

ABSTRACT

Nandilah. NIM 2412008052 *The Influence of Price, Products and Promotions on Shopee User Satisfaction on Gen Z*

This study aims to investigate the influence of price, product, and promotion on Shopee users' satisfaction. A total of 100 respondents from Shopee users were sampled for this research. The analysis method used is Multiple Linear Regression Analysis. The results of partial hypothesis testing indicate that the price and promotion variables have a significant effect on Shopee users' satisfaction, while the product variable does not have a significant effect. The findings of this research indicate that the pricing strategies offered by Shopee and the promotions conducted have a significant impact on user satisfaction. This underscores the importance for Shopee to continue maintaining competitive and effective pricing policies, as well as enhancing relevant and appealing promotional strategies for customers. However, the finding that the product does not significantly affect user satisfaction suggests that Shopee needs to pay attention to other aspects in efforts to improve user satisfaction, such as product quality, product variety, and overall user experience. Although the product may not be the primary factor influencing user satisfaction, it is still important to ensure that the products offered meet the quality standards expected by customers. In the context of increasingly fierce competition in the e-commerce industry, this study provides valuable insights for Shopee to optimize their strategies in maintaining and improving user satisfaction. By understanding the influence of price, product, and promotion on user satisfaction, Shopee can effectively allocate their resources to create a more satisfying online shopping experience for their customers.

Keywords : Price, Products and Promotions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis Panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia Nya. penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Penelitian dengan judul Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Shopee pada Gen Z. Ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada :

1. Bapak Mildy Rifai SE, MM (Cand) selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, MS selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik
3. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si, SE., MM selaku kepala Cabang Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini yang baik.
4. Bapak Altatit Dianawati, S.Si, MM selaku Ketua jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
5. Bapak Sentot Eka Baskoro, S, SI, MM, MH selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
7. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.

8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis.
9. menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
10. Ibunda Heni dan kedua kakak saya yaitu Vera, Shinta, dan adik saya yaitu Delisa tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, dimasa yang akan datang nanti penulis mampu menuliskan dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan.

Depok, 2024
Penulis,

NANDILAH
NIM:2412008052

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR SIDANG JURUSAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Pembatasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6.1. Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.6.2. Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.7 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Indikator Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.3. Harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1. Indikator Harga	Error! Bookmark not defined.
2.4. Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.1. Indikator Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.5.1 Indikator Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.8. Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.

2.9. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3. Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3.1. Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2. Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5. Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.5.1. Variabel Bebas	Error! Bookmark not defined.
3.5.2. Variabel Terikat	Error! Bookmark not defined.
3.6. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	Error! Bookmark not defined.
3.6.2. Persamaan Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.7. Uji Kualitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8. Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.9. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.2. Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3. Tanggapan Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.6. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengguna ...	Error! Bookmark not defined.
4.2.2. Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pengguna..	Error! Bookmark not defined.
4.2.3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
--------------------------------------	----

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional	38
Tabel 3.2 Angka Penafsiran	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.	47
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Atas variable Harga	51
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas Produk	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Atas Promosi.....	61
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Atas variable Kepuasan pelanggan	66
Tabel 4.7 Hasil uji validitas variable harga.....	69
Tabel 4.8 Hasil uji validitas variable Produk.....	70
Tabel 4.9 Hasil uji validitas variable Promosi	71
Tabel 4.10 Hasil uji validitas variable Kepuasan Pelanggan.....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.12 Uji Normalitas Histogram	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Gleser	76
Tabel 4.15 hasil Uji Regresi linear berganda	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis secara simulthan.....	77
Table 4.17 Konfisien Determinasi (R^2).....	78
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis secara parsial	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengujung Terbanyak.....	1
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual penelitian	29
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Cek Plagiarisme	87
Lampiran 2 Kartu Bimbingan.....	88
Lampiran 3 Data Hasil Pengolahan	92
Lampiran 4 Koesioner Penelitian	93
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup	98
Lampiran 6 Tabulasi Data.....	103

