

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN TOKOPEDIA**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Adinda Wulandari
NPM: 41183402170064



Program S-1
Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM "45"
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN TOKOPEDIA**

Tanggal : 19 Mei 2022

Oleh

Adinda Wulandari
NPM: 41183402170064

Disetujui,
Pembimbing



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN TOKOPEDIA**

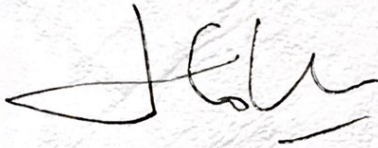
Tanggal: 25 Mei 2022

Oleh

Adinda Wulandari
NPM: 41183402170064

Diuji Oleh,

Penguji I



Joko Pramono, Ir., M. Si

Penguji II



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

Mengetahui,

Pembimbing



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.



Dekan Fakultas Ekonomi

Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen

Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN TOKOPEDIA**

Tanggal : 19 Mei 2022

Oleh

Adinda Wulandari
NPM: 41183402170064

Disetujui,
Pembimbing



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN TOKOPEDIA**

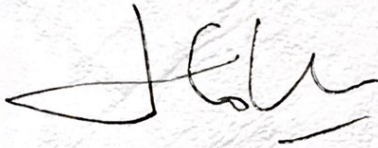
Tanggal: 25 Mei 2022

Oleh

Adinda Wulandari
NPM: 41183402170064

Diuji Oleh,

Penguji I



Joko Pramono, Ir., M. Si

Penguji II



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

Mengetahui,

Pembimbing



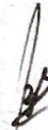
Isti Pujihastuti, S.E., M.E.



Dekan Fakultas Ekonomi

Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

ABSTRAK

Adinda Wulandari (41183402170064)

Pengaruh *Brand Image* dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia

Kata Kunci : *Brand Image*, *E-Service Quality* dan Kepuasan Pelanggan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia Dan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli di aplikasi Tokopedia. Sampel penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, dengan data yang digunakan adalah data primer. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan menggunakan analisis regresi berganda yang dihitung dengan menggunakan program *Statistic Product and Service Solution 25.0* (SPSS 25.0).

Berdasarkan jawaban kuesioner yang telah diolah secara parsial diperoleh hasil dari variabel *Brand Image* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji t hitung variabel *Brand Image* sebesar 3,764 dengan angka signifikan 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. Variabel *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji t hitung variabel *e-service quality* sebesar 5.160 dengan angka signifikan 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia.

Pengaruh *Brand Image* dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 47%, sedangkan sisanya 53% berhubungan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim.

Assalamu 'alaikum warahmatulaahi wabarakaatuh.

Puji serta syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas limpahan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia”. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan didalam mencapai gelar Sarjana Manajemen S-1 pada Fakultas Ekonomi, Universitas Islam “45” Bekasi.

Perjalanan panjang nan berliku dalam proses penyusunan skripsi ini. Banyak hambatan dan juga rintangan yang penulis lalui didalam setiap prosesnya. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih terutama kepada yang terhormat:

1. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan serta memberikan saran atau berbagai masukan dalam proses penyusunan skripsi ini dan selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Kedua orang-tua tercinta senantiasa memberikan doa tulus, motivasi, dan semangat yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Untuk diri sendiri, terima kasih karena sudah luar biasa berjuang dan bertahan sampai sejauh ini, skripsi ini menjadi salah satu pembuktian bahwa saya mampu menyelesaikannya. Terima kasih untuk setiap hal pahit dan sulit yang telah dilalui.

5. Teman-teman Pikun Squad (Rina Mega SP, Ajeng Rahayu Safiri dan Noviyanti) yang telah setia didalam setiap proses perkuliahan. Yang selalu ada untuk saling mendoakan, mengingatkan dan menyemangati satu sama lain.
6. Syahan Hanief Alfathin yang telah membantu, menyemangati, menghibur, meminjamkan laptopnya dan mendoakan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk teman-teman Manajemen B 2017 yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih karena telah bersama selama proses perkuliahan.
8. Seluruh responden yang telah bersedia dengan ikhlas meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk masukan dan saran, bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamu 'alaikum warahmatullaahi wabarakaatuh

Bogor, 8 Febuari 2022

Penulis,

Adinda Wulandari

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I1	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah.....	11
1.5 Sistematis Pelaporan	12
BAB I PENDAHULUAN.....	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Teori	13
2.1.1 Konsep Pemasaran	13
2.1.1.1 Pengertian Konsep Pemasaran	13
2.1.1.2 <i>Relationship Marketing</i>	13
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	14
2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	15
2.1.2.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	16
2.1.3 <i>Brand Image</i>	16
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	16
2.1.3.2 Manfaat Merek.....	17

2.1.3.3	Indikator <i>Brand Image</i>	17
2.1.4	<i>E-Service Quality</i>	18
2.4.3.1	Pengertian <i>E-Service Quality</i>	18
2.1.4.2	Dimensi <i>E-Service Quality</i>	18
2.1.4.3	Indikator <i>E-Service Quality</i>	19
2.2.3	Hasil Penelitian Terdahulu	20
2.3.3	Kerangka Pemikiran	22
2.4.3	Hipotesis.....	24
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
3.1	Desain Penelitian	26
3.1.1	Metode Penelitian	26
3.1.2	Lokasi penelitian.....	26
3.1.3	Populasi dan Sampel penelitian	26
3.1.4	Jenis Sumber Data.....	27
3.1.5	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.2	Instrumen Penelitian	29
3.2.1	Definisi Konseptual Variabel Penelitian.....	29
3.2.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
3.2.2.1	Variabel Dependen (Terikat)	30
B.	Variabel Independen (Bebas).....	31
3.3	Teknik Analisis Data.....	33
3.3.1	Uji Validitas	33
3.3.2	Uji Reliabilitas	34
3.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.3.3.1	Uji Asumsi Normalitas.....	35
3.3.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.3.3.3	Uji Multikolinieritas.....	37
3.3.4	Analisis Data dan Uji Hipotesis	37
3.3.4.1	Analisis Regresi Berganda	38
3.3.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.4.1	Uji F (Anova).....	39

3.4.2	Uji t (Signifikan)	40
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Hasil Penelitian.....	41
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.1.1.1	Sejarah Tokopedia.....	41
4.1.1.2	Visi dan Misi Tokopedia.....	42
4.1.1.3	Makna Logo Tokopedia	42
4.2	Deskripsi Subjek Penelitian	43
4.3	Profil Responden.....	43
4.4	Deskripsi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	44
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	45
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas Instrument.....	49
4.5	Deskripsi Analisis Data.....	49
4.5.1	Deskripsi Jawaban Responden atas Varibel Kepuasan Pelanggan (Y).....	50
4.5.2	Deskripsi Jawaban Responden atas Varibel <i>Brand Image</i> (X1)	52
4.5.3	Deskripsi Jawaban Responden atas Varibel <i>E-Service Quality</i> (X2).....	54
4.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
4.6.1	Hasil Uji Normalitas	57
4.6.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
4.6.3	Hasil Uji Multikolinieritas	59
4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	60
4.7.1	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	60
4.7.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.7.3	Hasil Uji F (Anova).....	62
4.7.4	Hasil Uji t (Signifikan).....	63
4.7.5	Hasil Uji Hipotesis	65
4.7.5.1	Uji Hipotesis <i>Brand Image</i> Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan	65
4.7.5.2	Uji Hipotesis <i>E-Service Quality</i> berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	66
4.8	Pembahasan.....	67
BAB V	70
SIMPULAN DAN SARAN	70

5.1 Simpulan 70
5.2 Saran 71
DAFTAR PUSTAKA 73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Situs Jual Beli Online 2020	3
Tabel 2.1 Penelitian Terlebih Dahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Konseptual Variabel Penelitian	29
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Brand Image (X1)	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas E-Service Quality (X2)	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrument Penelitian.....	49
Tabel 4.7 Skor Responden Jawaban Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). 50	
Tabel 4.8 Skor Responden Jawaban Tentang Brand Image (X1)	52
Tabel 4.9 Skor Responden Jawaban Tentang E-Service Quality(X2)	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Anova)	62
Tabel 4.16 Hasil Uji t (Signifikan).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1Diagram Pra Riset Citra Merek	4
Gambar 1.2Komentar Ulasan Pada App Store Tokopedia.....	6
Gambar 1.3Diagram Pra Riset E-Service Quality	7
Gambar 1.4Diagram Pra Riset Kepuasan Pelanggan	8
Gambar 4.1Logo Tokopedia	42

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner Penelitian.....	76
Lampiran 2. Uji Validitas Instrument Penelitian	83
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrument	93
Lampiran 4. Hasil Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	99
Lampiran 5. Hasil Jawaban Variabel Brand Image (X1)	102
Lampiran 6. Hasil Jawaban Variabel E-Service Quality (X2)	105
Lampiran 7. Tabel Nilai Untuk Distribusi F	108
Lampiran 8. Tabel Nilai Untuk Distribusi t	111
Lampiran 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi	114
Lampiran 10. Surat Keputusan Bimbingan	115
Lampiran 11. Kartu Seminar Proposal	116
Lampiran 12. Kartu Bimbingan Skripsi	118
Lampiran 13. Daftar Riwayat Hidup	119