

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

Skripsi diajukan untuk melengkapi  
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

oleh  
Clarisa Wardani  
NPM: 41183402190014



Strata I  
Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM "45"  
FAKULTAS EKONOMI  
BEKASI**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

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

Tanggal : 20 November 2024

Oleh

Clarisa Wardani

NPM : 41183402190014

Disetujui,  
Pembimbing



Kurniawati Mulyanti, S. E., M. M.

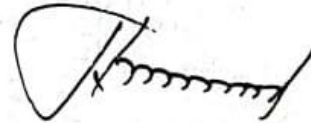
Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH BRAND IMAGE DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN ALFAGIFT

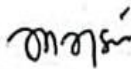
Tanggal : 28 November 2024

Oleh

Clarisa Wardani

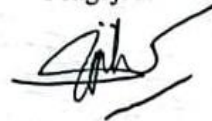
NPM : 41183402190014

Penguji I



Ria Marginingsih, S. E., M. B. A

Penguji II



Isti Pijihastuti, S. E., M. E.

Mengetahui,

Pembimbing



Kurniawati Mulyanti, S. E., M. M.



Universitas Islam Bekasi  
Fakultas Ekonomi  
BEKASI

Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M.

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Clarisa Wardani  
NPM. : 41183402190014  
Judul Skripsi/ Penelitian : Pengaruh *Brand Image* dan *E-Service Quality*  
terhadap Kepuasan Pelanggan Alfagift.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi mana pun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera di daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme atau apa pun yang terdapat penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya pemaksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 18 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Clarisa Wardani

## ABSTRAK

**Clarisa Wardani (41183402190014)**

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

CXIV + 114 Halaman + 21 Tabel + 1 Gambar + 17 Lampiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image* dan *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan Alfagift. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan aplikasi belanja online Alfagift. Untuk pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan menggunakan metode *purposive sampling*. Penggunaan metode analisis yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner melalui google form. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan menggunakan regresi linier berganda yang dihitung menggunakan program *Statistic Product and Service Solution 16.0* (SPSS 16.0).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) Variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) Variabel *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) Variabel *brand image* dan *e-service quality* secara bersama-sama (silmutan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,883 yang berarti besarnya pengaruh *brand image* dan *e-service quality* secara bersama-sama mempunyai pengaruh sebesar 88,3% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

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

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Assalammu'alikum wr.wb

Dengan mengungkapkan rasa syukur dan nikmat atas keberadaan Allah SWT, segala puji dan syukur dipanjatkan. Salam dan sholawat tak terlupakan pula untuk Ya Nabiyuna Muhammad SAW. Telah berhasil diselesaikan oleh penulis skripsi ini yang berjudul "Pengaruh *Brand Image* dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Alfagift". Skripsi ini telah disiapkan sebagai pemenuhan syarat yang diperlukan untuk penyelesaian gelar sarjana dalam Program Sarjana (S-1) di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.

Dalam kesempatan ini, dengan ketulusan serta rendah hati, penulis bermaksud menyatakan apresiasi kepada setiap pihak yang dengan tulus memberi pandangan, nasihat, dan motivasi selama proses penelitian serta penulisan skripsi ini. Terima kasih diucapkan kepada:

1. Ibu Kurniawati Mulyanti, S. E., M. M. selaku pembimbing skripsi, yang telah dengan sabar memberikan petunjuk, arahan, pandangan, serta perhatian, yang memungkinkan penulis termotivasi untuk merampungkan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Isti Pujihastuti, S. E., M. E. selaku pembimbing akademik di Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi.
3. Ibu Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M. selaku ketua program studi manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi.
4. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si. yang bertindak sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan dosen pengujian di Universitas Islam "45" Bekasi.
5. Kepada seluruh dosen dan karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi, ilmu dan dorongan yang telah diberikan, yang memfasilitasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini, diakui.
6. Kepada orang tua saya yang terkasih, Bapak dan Ibu saya, terima kasih telah diberikan untuk segala kasih sayang, pembiayaan pendidikan, dukungan moral, dan doa yang tak terhingga yang telah menjadi sumber motivasi penulis.

Penulis mengakui bahwa terdapat berbagai kelemahan dalam penulisan skripsi ini, yang timbul akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, dengan rendah hati, sangat diharapkan oleh penulis adanya kritik, nasihat, dan pandangan untuk memperbaiki tesis ini. Diharapkan agar skripsi ini memberikan manfaat kepada setiap pembaca. *Allohumma Aamiin Ya Rabbal'alamin.*

*Wassalamu'alaikum wr. Wb*

Bekasi, 18 Oktober 2024

Penulis

Clarisa Wardani

## DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR DIAGRAM.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan.....	8
1.4 Pembatasan Masalah.....	9
1.5 Sistematika Pelaporan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Pemasaran.....	11
2.2 Perilaku Konsumen.....	11
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	12
2.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	12
2.3.2 Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	13
2.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	13



2.4	<i>Brand Image</i> .....	14
2.4.1	Definisi <i>Brand Image</i> .....	14
2.4.2	Manfaat Merek .....	15
2.4.3	Indikator <i>Brand Image</i> .....	15
2.5	<i>E-Service Quality</i> .....	16
2.5.1	Definisi <i>E-Service Quality</i> .....	16
2.5.2	Dimensi <i>E-Service Quality</i> .....	16
2.5.3	Indikator <i>E-Service Quality</i> .....	17
2.6	Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
2.7	Kerangka Pemikiran.....	22
2.8	Rumusan Hipotesis .....	24
BAB III METODE PENELITIAN .....		27
3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	27
3.4	Jenis Sumber Data.....	29
3.5	Teknik Penentuan Sampel.....	29
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7	Instrumen Penelitian .....	30
3.7.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	30
3.7.1.1	Variabel Dependen (Terikat) .....	30
3.7.1.2	Variabel Independen (Bebas).....	27
3.8	Teknik Analisis Data .....	33
3.8.1	Uji Validitas.....	34
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	35

3.9	Uji Asumsi Klasik .....	36
3.9.1	Uji Asumsi Normalitas.....	36
3.9.2	Uji Heteroskedastisitas .....	37
3.9.3	Uji Multikolinieritas .....	38
3.10	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	38
3.10.1	Analisis Regresi Berganda.....	39
3.10.2	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	39
3.11	Uji Hipotesis .....	40
3.11.1	Uji T.....	40
3.11.2	Uji F (Anova).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		42
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	42
4.2	Profil Data Responden .....	42
4.3	Deskripsi Variabel.....	43
4.3.1	Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pelanggan .....	43
4.3.2	Deskripsi Data Variabel <i>Brand Image</i> .....	45
4.3.3	Deskripsi Data Variabel E-Serviced Quality.....	47
4.4	Uji Kualitas Data.....	48
4.4.1	Deskripsi Hasil Uji Validitas .....	49
4.4.2	Deskripsi Hasil Uji Reabilitas.....	52
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	53
4.5.1	Uji Normalitas.....	53
4.5.2	Uji Multikolinieritas .....	54
4.5.3	Uji Hekteroskedastisitas.....	55
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda .....	56

4.7	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	57
4.7.1	Uji T (Parsial) .....	57
4.7.2	Uji F (Silmutan) .....	58
4.7.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
4.8	Pembahasan .....	61
BAB V HASIL SIMPULAN DAN SARAN .....		64
5.1	Simpulan .....	64
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA .....		66
LAMPIRAN .....		69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Aplikasi Belanja Online .....	7
--	---

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Riset Kepuasan Pelanggan Alfagift .....	2
Tabel 1.2 Keluhan Konsumen Citra Merek Alfagift .....	4
Tabel 1.3 Keluhan Konsumen Kualitas Pelayanan Alfagift.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	43
Tabel 4.3 Skor Jawaban Responden Atas Variabel Kepuasan pelanggan.....	43
Tabel 4.4 Skor Jawaban Responden Atas Variabel <i>Brand Image</i> .....	45
Tabel 4.5 Skor Jawaban Responden Atas Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>E-Service Quality</i> .....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian .....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji T (Parsial).....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Silmutan) .....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	60

## Lampiran 16 Turnitin

Clarisa Wardani

### ORIGINALITY REPORT

**35%**

SIMILARITY INDEX

**31%**

INTERNET SOURCES

**21%**

PUBLICATIONS

**23%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="https://repository.unimar-amni.ac.id">repository.unimar-amni.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="https://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	2%
4	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	1%
5	Submitted to Universitas Musamus Merauke Student Paper	1%
6	<a href="https://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="https://repositori.uma.ac.id">repositori.uma.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="https://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="https://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	1%