

**Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Pelayanan dan Potongan
Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Marketplace* Shopee**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Riska Putri Yuliansari

NPM: 41183402200113



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2025**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KUALITAS PELAYANAN DAN
POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
*MARKETPLACE SHOPEE***

Tanggal: 12 Juni 2025

Oleh:

Riska Putri Yuliansari

NPM: 41183402200113

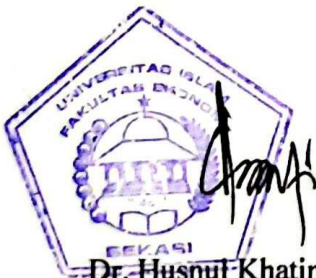
Disetujui
Pembimbing



Luthpiyah Juliandara, 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 *DIGITAL MARKETING*, KUALITAS PELAYANAN DAN
POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
*MARKETPLACE SHOPEE***

Tanggal: 23 Juli 2025

Oleh:

Riska Putri Yuliansari

NPM: 41183402200113

Penguji I



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Penguji II



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M

Disetujui
Pembimbing



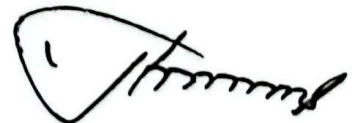
Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



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 : Riska Putri Yuliansari

Npm : 4183402200113

Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Marketplace Shopee*

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 manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikasi atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan dan ketidaksesuaian dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi yang berlaku. Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 25 Juli 2025



Riska Putri Yuliansari

ABSTRAK

Riska Putri Yuliansari (41183402200113)

Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada *Marketplace* Shopee.

xiv + 147 halaman + 5 Gambar + 26 Tabel + 21 Lampiran

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Kualitas Pelayanan, Potongan Harga

Dalam era pemasaran digital yang semakin maju, platform marketplace seperti Shopee menjadi salah satu solusi utama masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan belanja secara online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *digital marketing*, kualitas pelayanan, dan potongan harga dalam meningkatkan kepuasan konsumen serta membangun kebiasaan belanja online secara berkelanjutan di Shopee.

Data dikumpulkan melalui survei pendahuluan terhadap 25 responden serta studi literatur terkait perilaku konsumtif masyarakat dan strategi pemasaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses, interaktivitas platform, keamanan transaksi, dan promosi besar seperti diskon dan program loyalitas sangat berpengaruh dalam menumbuhkan kepercayaan dan meningkatkan kepuasan pengguna. Selain itu, strategi potongan harga, variasi produk, dan fitur layanan pelanggan yang ramah juga menjadi faktor penting dalam menetapkan loyalitas dan kebiasaan konsumtif masyarakat. Kendala yang masih ditemui meliputi ketidakpuasan terhadap kualitas produk dan respons *customer service* yang lambat. Penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi strategi pemasaran digital yang inovatif dan penawaran harga menarik mampu mendorong peningkatan kepuasan konsumen serta memperkuat kebiasaan belanja *online* yang berkelanjutan di platform Shopee. Tujuan akhirnya adalah menciptakan pengalaman belanja yang aman, nyaman, serta memuaskan sehingga memperkuat posisi Shopee di pasar *e-commerce* Indonesia.

Daftar Pustaka: 30 (2006-2022)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan memanjatkan puji Syukur ke hadirat Allah SWT atas Rahmat serta hidayat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Marketplace* Shopee”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, penyelesaian skripsi ini tidak akan dapat terwujud dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan kritik yang konstruktif dengan penuh kesabaran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Husnul Khatimah, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan fasilitas dan dukungan selama masa perkuliahan.
3. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku dosen penguji I untuk sidang komprehensif dan sidang akhir.
4. Ibu Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M selaku dosen penguji II untuk sidang komprehensif dan sidang akhir.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan bekal dan ilmu yang bermanfaat.

6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Suyitna dan Ibu Suti, yang telah memberikan doa, dukungan moral, dan material yang tak terhingga dengan penuh kasih sayang dan kesabaran.
7. Kakak tercinta, Aldo Fajar Rinofa yang telah memberikan motivasi dan dukungan, serta untuk sepupu tersayang Desvita Mahanani dan Arshintia Devina Damayanti yang telah memberikan semangat.
8. Teman-teman tercinta, Nadia Salwa, Yulita Nurhasanah, Naili Asnal Muna, Riska Nurhidayah, Fauziah Amalia, Bella Pratiwi, Melvy Anugraheni, Riska Dea, Savira Rahayu, Novi Estirawati, Roja Mei yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan kebersamaan dalam suka maupun duka selama masa perkuliahan.
9. Teman-teman Angkatan 2020 Program Studi Manajemen yang telah memberikan semangat, kerjasama, dan kebersamaan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas semua kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Bekasi, 20 Juli 2025

Penulis

Riska Putri Yuliansari (411834022100113)

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	17
1.4 Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah	18
1.5 Sistematika Pelaporan	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Kepuasan Konsumen	21
2.1.1 Definisi Kepuasan Konsumen.....	21
2.1.2 Faktor-faktor Kepuasan Konsumen	22
2.1.3 Indikator Kepuasan Konsumen	24
2.1.4 Manfaat Kepuasan Konsumen	24
2.2 Digital Marketing.....	25
2.2.1 Definisi Digital Marketing	25
2.2.2 Manfaat Digital Marketing.....	27
2.2.3 Indikator Digital Marketing	28

2.3 Kualitas Pelayanan	29
2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan	29
2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	30
2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan	32
2.4 Potongan Harga.....	33
2.4.1 Definisi Potongan Harga	33
2.4.2 Macam-macam Potongan Harga	34
2.4.3 Indikator Potongan Harga	36
2.5 Penelitian Terdahulu	37
2.6 Kerangka Pemikiran.....	44
2.7 Hipotesis Penelitian.....	46
2.7.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen.....	46
2.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	47
2.7.3 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Desain Penelitian.....	49
3.1.1 Metode Penelitian.....	49
3.1.2 Lokasi	49
3.1.3 Populasi dan Penentuan Sampel	50
3.1.4 Sampel.....	50
3.1.5 Jenis dan Sumber Data	51
3.1.6 Teknik Pengumpulan Data	51
3.2 Model Instrumen	53
3.2.1 Variabel Independen	53

3.2.2 Variabel Dependen.....	54
3.3 Teknik Analisis Data.....	55
3.3.1 Uji Validitas	56
3.3.2 Uji Reliabilitas	57
3.3.3 Uji Asumsi Klasik	57
3.3.3.1 Uji Normalitas.....	58
3.3.3.2 Uji Multikolinieritas.....	58
3.3.3.3 Uji Heterokedastisitas	58
3.3.4 Analisis Data dan Uji Hipotesis	59
3.3.5 Uji Signifikasi Hipotesis (Uji t)	60
3.3.6 Uji F (anova)	61
3.3.7 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Hasil Penelitian	63
4.1.2 Deskripsi Obyek Penelitian.....	63
4.1.3 Logo	65
4.1.4 Sistem Pembayaran dan Pengiriman Barang	66
4.1.5 Visi dan Misi E-Commerce Shopee.....	67
4.2 Deskripsi Profil Responden.....	67
4.2.1 Karakteristik Responden	67
4.3 Analisis Instrumen Penelitian	69
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	69
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.4.1 Uji Normalitas.....	75

4.4.2 Uji Multikolinearitas	76
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	77
4.5 Analisis Data dan Uji Hipotesis	78
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	78
4.5.2 Uji T (Parsial).....	79
4.5.3 Uji F (Simultan)	80
4.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)	81
4.6 Pembahasan.....	82
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Simpulan	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Program Loyalitas dan Promosi <i>Marketplace</i>	6
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Pengguna <i>E-Commerce</i> 2017-2023	8
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey Kepuasan Konsumen.....	9
Tabel 1.4 Hasil Pra Survey <i>Digital Marketing</i>	11
Tabel 1.5 Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan	13
Tabel 1.6 Hasil Pra Survey Potongan Harga	16
Tabel 1.7 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 1.8 Alternatif Jawaban Kuesioner dengan Skala Likert	52
Tabel 2 Operasional Variabel Dependen	53
Tabel 3 Operasional Variabel Independen	55
Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden Berdasarkan <i>E-mail</i>	67
Tabel 4.2 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4.3 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.4 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Untuk Variabel Digital Marketing	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Untuk Variabel Kualitas Pelayanan	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Untuk Variabel Potongan Harga	73
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Untuk Variabel Kepuasan Konsumen	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas	77
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4.14 Hasil Uji T (Parsial)	79
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan)	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Transaksi E-Commerce 2021	2
Gambar 1.2 Top 10 E-Commerce di Indonesia Kuartal I 2020	4
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 4.1 Tampilan Beranda Shopee.....	65
Gambar 4.2 Logo Shopee.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Variabel <i>Digital Marketing</i>	103
Lampiran 3 Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan.....	110
Lampiran 4 Hasil Kuesioner Variabel Potongan Harga.....	121
Lampiran 5 Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen	125
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1).....	132
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	133
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel Potongan Harga (X3).....	134
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	135
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas	135
Lampiran 11 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	136
Lampiran 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	138
Lampiran 13 Hasil Uji Hipotesis	138
Lampiran 14 R Tabel	139
Lampiran 15 T Tabel.....	140
Lampiran 16 F Tabel.....	142
Lampiran 17 Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi	143
Lampiran 18 Kartu Bimbingan Skripsi.....	144
Lampiran 19 Hasil Turnitin.....	145
Lampiran 20 Surat Izin Penelitian.....	146
Lampiran 21 Daftar Riwayat Hidup.....	147

Harga_Terhadap_Kepuasan_Konsumen_Pada_Marketplace_S...

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	3%
2	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	1%
4	repository.stei.ac.id Internet Source	1%
5	konsultasiskripsi.com Internet Source	1%
6	jurnal.pancabudi.ac.id Internet Source	1%
7	www.journal.lembagakita.org Internet Source	1%
8	vdokumen.com Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Andalas Student Paper	<1%
10	core.ac.uk Internet Source	<1%
11	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	<1%
12	jurnalmahasiswa.uma.ac.id Internet Source	<1%

