

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, PERSEPSI HARGA DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *E-COMMERCE SHOPEE* DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**RIFKY DHARMAWAN**

**203402516175**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2024**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, PERSEPSI HARGA DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *E-COMMERCE SHOPEE* DI JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Oleh**

**RIFKY DHARMAWAN**

**203402516175**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul:

### **PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, PERSEPSI HARGA DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *E-COMMERCE SHOPEE* DI JAKARTA SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 16 Februari 2024



Rifky Dharmawan

203402516175

UNIVERSITAS NASIONAL

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, PERSEPSI  
HARGA DAN *E - SERVICE QUALITY* TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN *E - COMMERCE* SHOPEE  
DI JAKARTA SELATAN


Nama Mahasiswa : Rifky Dharmawan

NPM : 203402516175

Program Studi : Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir

  
( Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. )

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



( Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. )

Jakarta, 16 Februari 2024

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Skripsi : **PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, PERSEPSI HARGA DAN *E – SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *E – COMMERCE SHOPEE* DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : Rifky Dharmawan


NPM : 203402516175

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,


Pembimbing Tugas Akhir

  
( Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. )

Ketua Penguji,

  
( Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. )

Anggota Penguji,

  
( Dr. Elwisam, S.E., M.M. )

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nasional

  
( Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D )

Jakarta, 16 Februari 2024

Tanggal Lulus :

## ABSTRAK

### PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, PERSEPSI HARGA, DAN *E – SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *E – COMMERCE SHOPEE* DI JAKARTA SELATAN

Oleh :

Rifky Dharmawan

203402516175

Skripsi dibawah ini bimbingan : Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Digital Marketing*, Persepsi Harga dan *E – Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen *E – Commerce* Shopee di Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan data primer, populasi pada penelitian ini menggunakan Teknik *Random Sampling* yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang menggunakan *E – Commerce* Shopee di Jakarta Selatan. Data ini diolah menggunakan *Product and Service Solution* (SPSS), metode dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Data di analisis menggunakan uji instrument, analisis regresi linear berganda, uji kelayakan model dan pengujian hipotesis (t).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa independent yaitu *Digital Marketing*, Persepsi Harga dan *E – Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable dependent yaitu Kepuasan Konsumen, hal ini mengartikan bahwa apabila ketiga variable independent mengalami kenaikan maka akan terdapat peningkatan Kepuasan Konsumen *E – Commerce* Shopee di Jakarta Selatan.

**Kata Kunci :** *Digital Marketing*, Persepsi Harga, *E – Service Quality*, Kepuasan Konsumen, *E – Commerce*.

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, PRICE PERCEPTIONS, AND E – SERVICE QUALITY ON E – COMMERCE SHOPEE CUSTOMER SATISFACTION IN SOUTH JAKARTA***

**By :**

**Rifky Dharmawan**

**203402516175**

***Thesis under the guidance of Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.***

*This study aims to determine the influence of Digital Marketing, Price Perception and E-Service Quality on Shopee E-Commerce Consumer Satisfaction in South Jakarta. This study used primary data, the population in this study used the Random Sampling Technique obtained from the distribution of questionnaires to 100 respondents who used Shopee E-Commerce in South Jakarta. This data was processed using Product and Service Solution (SPSS), the method in this study used descriptive analysis and inferential analysis. Data were analyzed using instrument tests, multiple linear regression analysis, model feasibility tests and hypothesis (t) testing.*

*The results of this study show that independent, namely Digital Marketing, Price Perception and E-Service Quality have a positive and significant effect on the dependent variable, namely Consumer Satisfaction, this means that if the three independent variables increase, there will be an increase in Shopee E-Commerce Consumer Satisfaction in South Jakarta.*

***Keywords: Digital Marketing, Price Perception, E-Service Quality, Consumer Satisfaction, E-Commerce.***

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Rifky Dharmawan  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 21 Juni 2002  
Jenis Kelamin : Laki – Laki  
Agama : Islam  
Alamat Rumah : Jl. Wijaya Kusuma I no 1, Rt 006, Rw. 04,  
Pondok Labu, Cilandak, Jakarta Selatan,  
12450.  
Telepon/HP : 08998976880  
Email : [Rifky210602@gmail.com](mailto:Rifky210602@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2008 – 2014 : SDN CILANDAK BARAT 08 PAGI  
2014 – 2017 : SMPN 68 JAKARTA  
2017 – 2020 : SMA BAKTI IDHATA

### C. RIWAYAT ORGANISASI

2020 – 2021 Himpunan Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional  
Sebagai Anggota Departemen Penelitian dan  
Pengembangan  
2021 – 2022 Himpunan Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional  
Sebagai Anggota Departemen Sumber Daya Mahasiswa  
2022 – 2023 Himpunan Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional  
Sebagai Sekretaris Umum

Jakarta, 2 Maret 2024



( **Rifky Dharmawan** )

203402516175



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing*, Persepsi Harga, *E – Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen *E – Commerce* Shopee di Jakarta Selatan”. Adapun tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis banyak menerima bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M. A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
6. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan arahan dan bimbingannya dalam penulisan Tugas Akhir serta memotivasi penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
7. Bapak Dr. E. Hasanudin, S.E., M.M. Dosen Pembimbing Akademik.
8. Segenap jajaran Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu dan memberikan dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Nasional.

9. Segenap Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
10. Kedua orang tua penulis yang tercinta, Bapak Adang Rizki dan Ibu Nurindriawati yang selalu memberikan semangat, doa yang tulus, motivasi, nasehat, perhatian dan telah bekerja keras untuk memberikan dukungan moril maupun materil sehingga penulis berada ditahap ini dan mampu menulis skripsi ini hingga selesai. Semoga Allah SWT. selalu melimpahkan Kesehatan, keberkahan, rezeki dan kebahagiaan kepada kedua orang tua penulis di dunia maupun di akhirat.
11. Kepada kedua Kakak penulis yang tersayang, Rifka Kamilia dan Kemala Andiyani yang tiada henti mendukung penulis secara moril dan materil sehingga penulis dapat berada ditahap ini dan mampu menulis tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan lancar.
12. Untuk Shalsyadila Safira Sekarani teman awal perkuliahan, teman KRS barengan, teman bertengkar dan berdebat, teman jalan jalannya, teman seperjuangan di HIMAJEM. Terimakasih atas dukungannya, semangat nya, motivasinya, keluh kesahnya, dan membantu serta menemani hingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Untuk Bela Amalia teman awal perkuliahan, teman KRS terus, teman HIMAJEM. Terimakasih atas keluh kesahnya, semangatnya dan motivasinya hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
14. Untuk Shoffy Isma Zulfa, Sela Purdiana, Anugrah Rega Setiawan, Ahya Zulfikar, Rahmadiva Aprillia Putri dan yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang selalu memberikan semangat, masukan, dan membantu dalam tugas akhir ini.
15. Untuk teman – teman di HIMAJEM angkatan 20 seperjuangan, yang kita sudah mau berjuang bersama sama, saling memberikan semangat, motivasi, dan bekerjasama dengan baik hingga selesainya tugas akhir kita semua dengan lancar.

16. Kepada Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Manajemen (HIMAJEM) Universitas Nasional yang selalu saling mendukung, memberikan semangat, berdiskusi, berdebat, bertukar – pikiran, sharing ilmu dan pengalaman, memberikan motivasi selama masa perkuliahan di Universitas Nasional hingga penyusunan tugas Akhir ini.
17. Teman-teman Manajemen FEB Universitas Nasional angkatan 2020 yang telah berbagi ilmu pengetahuan, memberi motivasi, dan informasi selama masa perkuliahan berjalan.
18. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung.
19. Tetap Semangat dan jangan pantang menyerah, *"Our life is a gift, not only for ourselves, but can also be an inspiration for others. Start recording every second that we go through, share it with the people around us, so that sad days become happy, so that thirsty souls can quench their thirst , and the gloomy face became laughter"*

Semoga segala bantuan yang diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan karya tulis ini baik dalam teknik penyusunan maupun dalam pembahasannya. Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi mereka yang membutuhkannya.

Jakarta, 2 Maret 2024



( **Rifky Dharmawan** )

203402516175

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>.....</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>.....</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>.....</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>.....</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>.....</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II .....</b>	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
A. Manajemen Pemasaran .....	7
1. Pengertian Pemasaran.....	7
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
3. Bauran Pemasaran .....	9
4. <i>Digital Marketing</i> .....	10
5. Persepsi Harga .....	13
6. <i>E – Service Quality</i> .....	15
7. Kepuasan Konsumen .....	18
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian .....	20
1. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	20
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen .....	20

3. Pengaruh <i>E – Service Quality</i> dan Kepuasan Konsumen .....	20
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Dengan Rujukan Penelitian .....	21
D. Kerangka Analisis.....	26
E. Hipotesis .....	27
<b>BAB III.....</b>	<b>28</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Objek Penelitian .....	28
B. Data Penelitian.....	28
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	28
2. Populasi dan Sampel.....	29
3. Metode dan Alat Pengumpul Data.....	30
C. Definisi Operasional Variabel .....	31
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	33
1. Metode Analisis .....	33
2. Uji Instrumen Penelitian.....	34
3. Uji Asumsi Klasik.....	35
4. Uji Kelayakan Model.....	37
5. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	38
<b>BAB IV .....</b>	<b>39</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
A. Hasil Penelitian.....	39
1. Deskripsi Data Penelitian .....	39
2. Sejarah Objek Penelitian .....	39
3. Karakteristik Responden.....	41
4. Hasil Analisis Deskriptif.....	45
5. Hasil Analisis Penelitian.....	49
B. Pembahasan .....	59
1. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)..	59
2. Pengaruh Persepsi Harga ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	59
3. Pengaruh <i>E – Service Quality</i> ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)60	
<b>BAB V.....</b>	<b>61</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>

A. KESIMPULAN .....	61
B. SARAN .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	
Lampiran 2 : Tabulasi Data.....	
Lampiran 3 : Hasil Olah data SPSS V 26.....	
Lampiran 4 : Tabel R .....	
Lampiran 5 : Tabel Durbin Watson.....	
Lampiran 6 : Laporan Bimbingan .....	
Lampiran 7 : Hasil Turnitin.....	



**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 2. 1 Kerangka Analisis.....</b>	<b>26</b>
<b>Gambar 4. 1 Diagram Karakteritik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>42</b>
<b>Gambar 4. 2 Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 4. 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ...</b>	<b>44</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1 Rata - rata pengunjung <i>E - Commerce</i> Shopee pada tahun 2020 - 2022.....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel 2. 1 Rujukan Peneliti Terdahulu .....</b>	<b>21</b>
<b>Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 3. 2 Definisi Operasional .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4. 4 Pengukuran Skala Likert.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 5 Rata - Rata Skor Mean Digital Marketing (<math>X_1</math>).....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4. 6 Rata - Rata Skor Mean Persepsi Harga (<math>X_2</math>).....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4. 7 Rata - Rata Skor Mean E - Service Quality (<math>X_3</math>).....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 8 Rata - Rata Skor Mean Kepuasan Konsumen (<math>Y</math>).....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4. 9 Validitas Variabel.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 10 Reliabilitas Variabel .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 11 Uji Normalitas .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 13 Uji Heterokedastisitas .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 14 Uji Autokorelasi .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4. 15 Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4. 16 Uji F .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4. 18 Uji Hipotesis (t) .....</b>	<b>58</b>





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden

Lampiran 2 Data Tabulasi

Lampiran 3 *Output SPSS Versi 26*

Lampiran 4 Tabel *R – Product Moment*

Lampiran 5 Tabel *Durbin Watson (DW)*

Lampiran 6 Laporan Bimbingan

Lampiran 7 Turnitin Tugas Akhir

