

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
TOKOPEDIA DI KECAMATAN KEBAYORAN BARU**

Tugas Akhir



Farrell Benedict

203402516255

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

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
TOKOPEDIA DI KECAMATAN KEBAYORAN BARU**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional



Farrell Benedict

203402516255

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

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKOPEDIA DI KECAMATAN KEBAYORAN BARU

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan- kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 13 Agustus 2024



Farrell Benedict

203402516255

Scanned with CamScanner

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKOPEDIA DI KECAMATAN KEBAYORAN BARU**

Nama : **Farrell Benedict**

Npm : **203402516255**

Prodi : **Manajemen**



Jakarta, 13 Agustus 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKOPEDIA DI KECAMATAN KEBAYORAN BARU**


Nama : **Farrell Benedict**

Npm : **203402516255**

Prodi : **Manajemen**

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

Mengesahkan
Pembimbing Tugas Akhir


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

Ketua Penguji



(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.)

Anggota Penguji



(Atsari Sujud, S.E., M.M.)

Mengetahui,
Dekan




(Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

Jakarta, 13 Agustus 2024

Tanggal Lulus: 23 Agustus 2024

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKOPEDIA DI KECAMATAN KEBAYORAN BARU

Oleh:
Farrell Benedict

NPM : 203402516255

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel Promosi, Variabel Persepsi harga dan Variabel Kualitas produk terhadap variabel Kepuasan konsumen Tokopedia di Kecamatan Kebayoran Baru. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif. Data Penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner kepada 100 responden konsumen Tokopedia dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif dengan regresi linier berganda dan menggunakan bantuan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 25.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen, Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen, dan Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan Kepuasan konsumen Tokopedia di Kecamatan Kebayoran Baru.

Kata Kunci : Promosi, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRAC

THE INFLUENCE OF PROMOTIONS, PRICE PERCEPTIONS AND PRODUCT QUALITY ON TOKOPEDIA CUSTOMER SATISFACTION IN KEBAYORAN BARU DISTRICT

By:

Farrell Benedict

203402516255

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

This research aims to analyze the influence of Promotion variables, Price Perception Variables and Product Quality Variables on the Tokopedia consumer satisfaction variable in Kebayoran Baru District. The research method used in this research is a quantitative research method. Data This research uses primary data through questionnaires to 100 Tokopedia consumer respondents using a purposive sampling technique. Data analysis techniques using descriptive analysis with multiple linear regression and using the help of the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 25 program.

The results of multiple linear regression analysis show that the Promotion variable has a positive and significant effect on consumer satisfaction, price perception has a positive and significant effect on consumer satisfaction, and product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction. It is hoped that the results of this research can increase Tokopedia consumer satisfaction in Kebayoran Baru District.

Keywords: *Promotion, Price Perception, Product Quality and Consumer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan karunia-nya sehingga kami penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia di Kecamatan Kebayoran Baru”** dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu untuk tercapainya dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nasional.

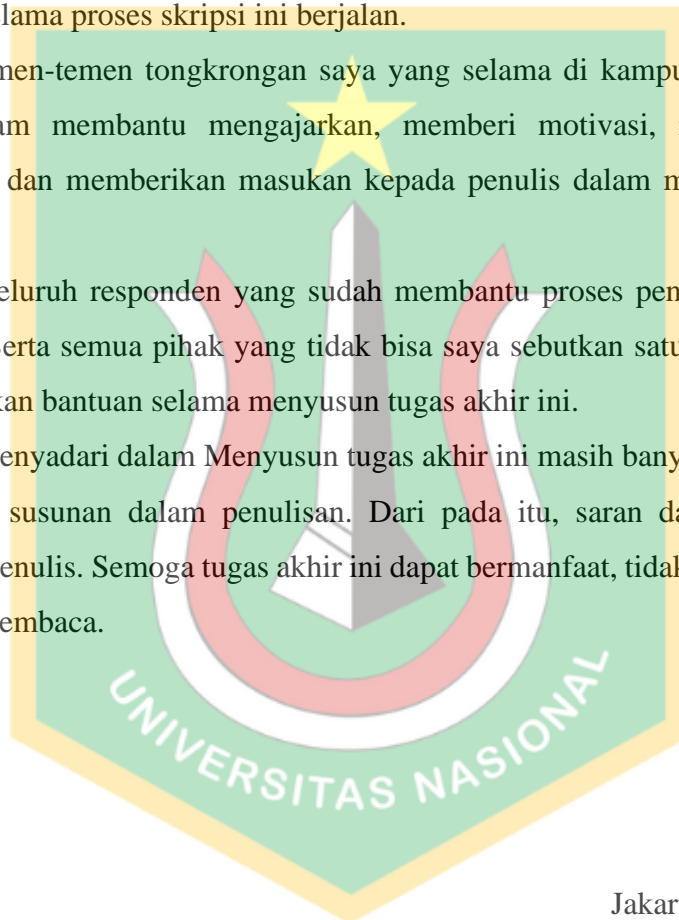
Adapun maksud dan tujuan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1), pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Nasional Jakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ni, penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M. 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. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memotivasi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat
6. Prof. Dr. Elwisam S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah mengajarkan, memberikan ilmu pengetahuan dan hikmah bagi anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serta mengajar.

8. Kepada seluruh Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir.
9. Untuk Mamah, Papah dan Kakak saya yang tiada hentinya selalu mendoakan, memberi dukungan, memotivasi, menguatkan serta selalu ada dalam situasi apapun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan waktu yang tepat.
10. Untuk Eirina Elfiana, selaku kerabat dekat penulis. Terima kasih banyak karena telah banyak membantu, memahami, mendengarkan, dan terus menyemangati penulis selama proses skripsi ini berjalan.
11. Untuk teman-teman tongkrongan saya yang selama di kampus selalu membantu saya dalam membantu mengajarkan, memberi motivasi, informasi, support, semangat dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis, Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan selama menyusun tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam Menyusun tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik dari isi maupun susunan dalam penulisan. Dari pada itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca.

Terimakasih,



Jakarta, 13 Agustus 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Farrell Benedict', written in a cursive style.

Farrell Benedict

203402516255

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
Lembar Pernyataan.....	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Abstrak	iv
<i>Abstrack</i>	v
Daftar Riwayat Hidup	vi
kata Pengantar	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Manajemen Pemasaran.....	7
1. Pemasaran.....	7
2. Fungsi Pemasaran.....	7
3. Tujuan Pemasaran	8
4. Manajemen Pemasaran.....	8
5. Fungsi Manajemen Pemasaran	9
6. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	9
B. Kepuasan Konsumen	10
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	10
2. Faktor Kepuasan Konsumen.....	11
3. Indikator Kepuasan Konsumen.....	11

4.	Dimensi Kepuasan Konsumen.....	12
C.	Promosi.....	12
1.	Pengertian Promosi	12
2.	Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	13
3.	Indikator Promosi	13
D.	Persepsi Harga	14
1.	Pengertian Persepsi Harga	14
2.	Faktor Persepsi Harga	14
3.	Indikator Persepsi Harga	14
E.	Kualitas Produk	15
1.	Pengertian Kualitas Produk	15
2.	Faktor Kualitas Produk	15
3.	Indikator Kualitas Produk	16
F.	Keterkaitan Antar Variabel.....	16
1.	Promosi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen	16
2.	Persepsi Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen	17
3.	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.....	17
G.	Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan.....	18
H.	Kerangka Analisis.....	26
I.	Hipotesis.....	27
BAB III.....		28
METODE PENELITIAN		28
A.	Objek Penelitian	28
B.	Data Penelitian.....	28
1.	Sumber dan Jenis data	28
2.	Populasi dan Sampel	28
3.	Teknik Pengumpulan Data	29
C.	Definisi Operasional Variabel	30
D.	Metode Analisis.....	32

1. Metode Analisis.....	32
2. Uji Instrumen.....	32
3. Uji Asumsi Klasik.....	33
4. Uji Kelayakan Model.....	35
5. Uji t.....	35
BAB IV	37
A. Deskripsi Data Penelitian.....	37
B. Sejarah Objek Penelitian.....	37
C. Deskripsi Responden.....	38
1. Karakteristik Responden.....	38
2. Analisis Deskriptif.....	43
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	48
D. Pembahasan.....	62
BAB V.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSAKA.....	68



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengunjung Situs Tokopedia.....	2
Tabel 1.2 Hasil Pretest.....	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sesuai Dengan Hasil Rujukan	18
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	42
Tabel 4.5 Instrumen Skala Likert	44
Tabel 4.6 Data Variabel Promosi (X1).....	44
Tabel 4.7 Data Variabel Persepsi Harga (X2)	45
Tabel 4.8 Data Variabel Kualitas Produk (X3)	46
Tabel 4.9 Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Promosi (X1).....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X2)	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3)	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Heterokedastisitas	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Autokorelasi.....	57
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.20 Hasil Uji F	59
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.22 Hasil Uji t	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis	27
Gambar 4.1 Jenis Kelamin	39
Gambar 4.2 Usia	40
Gambar 4.3 Pekerjaan.....	41
Gambar 4.4 Penghasilan.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner responden.....	71
Lampiran 2 Tabulasi data	76
Lampiran 3 Data output SPSS	85
Lampiran 4 Hasil Turnitin	90

