

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN ONLINE SHOP SHOPEE DIKALANGAN  
MAHASISWA  
( STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
ANGKATAN 2018 UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA )**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

**Sakti Noor Rachmat Ar-Ghaffar**

**NPM : 18420169**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

NAMA : SAKTI NOOR RACHMAT AR-GHAFFAR  
NPM : 18420169  
ALAMAT : SIMOMULYO BARU 2E / 17, SUKOMANUNGGAL  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ONLINE SHOP SHOPEE DIKALANGAN MAHASISWA ( STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ANGKATAN 2018 UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA )”** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 2022

Yang membuat pernyataan



(Sakti Noor Rachmat Ar-Ghaffar)

NPM : 18420169

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN ONLINE SHOP SHOPEE DIKALANGAN  
MAHASISWA  
( STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
ANGKATAN 2018 UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA )**

**Diajukan Oleh:**

**SAKTI NOOR RACHMAT AR-GHAFFAR**

**NPM: 18420169**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



**Evianah, SE, M.Si**

**Tanggal, 19 Januari 2022**

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si**

**Tanggal, 19 Januari 2022**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN ONLINE SHOP SHOPEE DIKALANGAN  
MAHASISWA  
( STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
ANGKATAN 2018 UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA )**

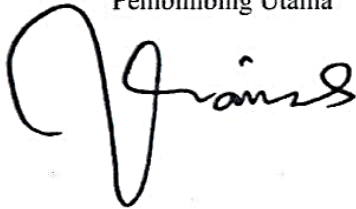
**Diajukan Oleh:**

**SAKTI NOOR RACHMAT AR-GHAFFAR**

NPM: 18420169

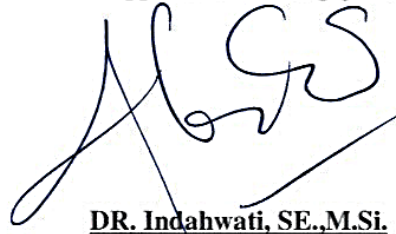
**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

Pembimbing Utama



**Evianah, SE, M.Si**

Anggota Dewan Penguji Lain



**DR. Indahwati, SE..M.Si**



**Drs.Ec Redy Eko Hari Suprpto, MM**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 19 Januari 2022



**Dr. Kristiningsih, SE., M.Si**

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen online shop Shopee dikalangan mahasiswa (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2018 Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”, dan tak lupa shalawat serta salam selalu tecurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Skripsi ini tidak akan tercapai tanpa bantuan, dukungan serta doa dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL (K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs.Ec. Gimanto Gunawan, MM, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si, selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Evianah, SE, M.Si, sebagai dosen pembimbing skripsi yang bersedia memberikan ilmu dan saran yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si, selaku Dosen Wali yang telah memberikan masukan dan motivasi selama penulis menjadi mahasiswa.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen pengajar Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Seluruh staf kemahasiswaan dan akademik Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan pelayanan terbaik selama proses perkuliahan maupun skripsi.
8. Kedua orang tua penulis Alm Bapak Marcus Lukman dan Ibu Noor Trihastuti, Adik penulis Tubagus Noor Rachmat Ar-Ghaffur, Graha Noor Muhammad

Bhayangkara Negara, Alma Noor Rachmat Malikul Kudus serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

9. Seluruh teman-teman S1 Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya tahun 2018.
10. Sahabat-sahabat SMP yang selalu menemani sang penulis pada saat mengerjakan di warkop OMAH MOCCA.
11. Teman-teman arisan bapak-bapak yang selalu solid, kompak dan juga support dalam hal perkuliahan
12. Yang sangat berjasa membantu saya dan memberikan semangat selama mengerjakan skripsi yaitu Safira Rahmania
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Surabaya,  
2022

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
KATA PENGANTAR .....	v
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
ABSTRAK.....	xiii
BAB 1 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENDAHULUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Sistematika Skripsi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB 2 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
TELAAH PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Landasan Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.2 Bauran Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.3 Fungsi Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.4 Tujuan Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Kualitas Pelayanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.1 Pengertian Kualitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.2 Pengertian Pelayanan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.4 Kualitas Pelayanan Elektronik ( <i>E-Service Quality</i> ). <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2.1.2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1.2.6 Dimensi Kualitas Pelayanan Elektronik ( <i>E-Service Quality</i> ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Promosi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.1 Pengertian Promosi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.2 Bentuk promosi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.3 Alat promosi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4 Kepuasan Konsumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.2 Faktor Kepuasan Konsumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.3 Tipe Kepuasan Konsumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.4 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.5 Komponen Kepuasan Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Hipotesis Dan Model Analisis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2 Model Analisis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB 3 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
METODE PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.1 Jenis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Populasi Dan Sample.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1 Populasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2 Sample .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Identifikasi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1 Kuesioner.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2 Skala Pengukuran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7 Teknik Analisis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1 Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



3.7.2 Uji Reabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.4 Uji T .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.5 Uji F.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB 4 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1. Sejarah Singkat Shopee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2. Visi dan Misi Shopee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2. Hasil Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1. Deskriptif Data Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2 Statistik deskriptif variabel penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3 Analisis model atau pengujian hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1 Hasil uji instrumen penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1.1 Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1.2 Uji Realibilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2 Hasil pengujian hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2.1 Hasil pengujian Uji F.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2.2 Hasil pengujian Uji t .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4 Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Simpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LAMPIRAN I .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT IZIN DAN KUESIONER PENELITIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Pada Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4.2 Karakteristik mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Responden.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Pendapatan atau Uang Saku Responden Dalam 1 Bulan .....	59
Tabel 4.4 Kategori Mean Masing-Masing Variabel.....	61
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	62
Tabel 4.6 Hasil Frekuensi Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	64
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi (X2) .....	67
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Mengenai Variabel Promosi (X2).....	68
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y) ....	70
Tabel 4.10 Hasil Frekuensi Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .. .....	71
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	73
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi (X2) .....	74
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	74
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reabilitas .....	75
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji F .....	76
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji T.....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	38
Gambar 3.1 Kurva Distribusi t .....	54
Gambar 3.2 Kurva Distribusi F .....	55
Gambar 4.1 Kurva Distribusi uji F .....	78
Gambar 4.2 Hasil Kurva Distribusi Uji T Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .....	80
Gambar 4.3 Hasil Kurva Distribusi Uji T Variabel Promosi (X2).....	82

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	89
Lampiran 2 Input Data .....	95
Lampiran 3 Output Data SPSS .....	107

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen online shop shopee dikalangan mahasiswa (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Wijaya Kusuma Surabaya) sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif Angkatan 2018 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dengan menggunakan (metode purposive sampling) yaitu sebanyak 100 mahasiswa. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, promosi dan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan program SPSS dan diketahui persamaan regresi sebagai berikut.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen, serta kualitas pelayanan dan promosi bergerak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci : kualitas pelayanan, promosi, kepuasan konsumen.**

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of service quality and promotion on online shopee shopee consumer satisfaction among students (study of 2018 Faculty of Economics and Business students, Wijaya Kusuma University Surabaya). Surabaya by using (purposive sampling method) as many as 100 students. The independent variables in this study are service quality, promotion and the dependent variable in this study is customer satisfaction. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis technique with SPSS program and the regression equation is known as follows.

Based on the results of multiple linear regression analysis, it can be concluded that service quality partially has a significant effect on customer satisfaction, promotion partially has no significant effect on customer satisfaction, and service quality and promotions simultaneously have a significant effect on customer satisfaction.

**Keywords: service quality, promotion, customer satisfacti**

