

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN,HARGA,DAN DIGITAL
MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIPLATFORM E-
COMMERCE SHOPEE STUDI KASUS CV SAMITECH PONOROGO**



Nama : Berlian Wanda Mulia Putri

NIM : 21415443

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN,HARGA,DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIPLATFORM E- COMMERCE SHOPEE STUDI KASUS CV SAMITECH PONOROGO



Diajukan sebagai syarat untuk menyusun skripsi
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Berlian Wanda Mulia Putri

NIM : 21415443

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Diplatform E-Commerce Shopee Studi Kasus Cv Samitech Ponorogo

Nama : Berlian Wanda Mulia Putri

NIM : 21415443

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 20 Juni 2003

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat Untuk menyusun skripsi pada program studi manajemen Fakultas ekonomi universitas muhammadiyah ponorogo

Pembimbing I

Siti Chamidah, SE., MSi
NUPTK.3851749650230102

Ponorogo, 20 Juni 2025
Pembimbing II

Dr. Wijianto, SE., MM
NUPTK.2758763664130222

Dr. Sidiq Samoso, S.E., M.Si.
NIK. 1970101619990412

Dosen Penguji

Siti Chamidah, SE., MSi
NUPTK.3851749650230102

Feby Setiawan, S.E., MM
NUPTK. 1553767668131043

Titis Purwaningrum, SE., M.MA
NUPTK. 6736748649230192

MOTTO

Hidup adalah kanvas dan kita adalah seniman yang harus melukis dengan warna-warna keberanian dan kreativitas Dalam perjalanan ini jangan hanya mengikuti jejak orang lain ciptakan jejakmu sendiri dan biarkan dunia mengikutinya Ketika tantangan datang ingatlah bahwa bintang paling terang bersinar di malam yang paling gelap sehingga setiap rintangan yang kita hadapi justru menjadi kesempatan untuk menunjukkan potensi terbaik kita

(BERLIAN WANDA MULIA PUTRI)



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah, Ibu, kakek, nenek tercinta, yang selalu mendoakan, mendukung, dan menjadi sumber kekuatan serta inspirasi dalam setiap langkah hidupku. Terima kasih atas cinta yang tak terhingga, pengorbanan, dan kasih sayang yang tidak pernah berhenti mengalir.
2. Teman-teman tiktok ku tersayang, yang selalu memberikan semangat, canda, dan dukungan di setiap waktu. Kalian adalah bagian dari perjalanan ini yang tidak tergantikan.
3. Dosen Pembimbing dan seluruh Dosen di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah membimbing dan membagikan ilmu yang sangat berharga selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan, yang telah menjadi sahabat dalam suka dan duka selama masa studi. Terima kasih atas kerja sama, motivasi, dan kenangan yang telah kita lalui bersama.
5. Ndx aka, massdhoo, aftershine, guyon waton dan denny caknan terimakasih lagunya sudah menjadi playlist untuk menemani dalam pembuatan karya ini
6. Dan terakhir, untuk diriku sendiri, wanita sederhana yang memiliki keinginan tinggi namun terkadang sulit dimengerti, yaitu sang penulis karya ini berlian wanda mulia putri. Seorang anak perempuan berusia 22 thn yang keras kepala namun sebenarnya sering nangis. Terimakasih atas segala perjuangan pahit manis hingga menyisihkan sebagian waktu kuliahnya untuk bekerja hanya sekedar pelampiasan dari hal yang membuatnya sakit hati yang menurutnya dengan bekerja semua masalah akan terlupakan meskipun waktu malam harinya akan teringat banyak hal yang membuatnya menangis, terimakasih diriku yang sudah sekuat ini dalam menghadapi semua rintangan dan semangat katanya mau jadi ibu kost 50 pintu itu. terimakasih diriku yang

telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah hingga titik ini tercapai.
Semoga ini menjadi awal dari langkah-langkah besar selanjutnya.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Digital Marketing terhadap Kepuasan Konsumen di Platform E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada CV Samitech Ponorogo)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan penghargaan, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama masa studi.
2. **Bapak Dr. Hadi Sumarsono, M.Si** selaku Wakil Rektor II Universitas Muhammadiyah Ponorogo atas segala dukungan dan arahnya.
3. **Ibu Siti Chamidah, SE., M.Si** selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. **Bapak Dr. Wijianto, SE., MM** selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat berarti dalam penyempurnaan skripsi ini.
5. **Bapak Dr. Riawan, S.Pd., MM** selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta dan keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan moral maupun materi, serta semangat yang tiada henti.

8. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen angkatan 2021 yang selalu memberi motivasi dan bantuan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya bagi pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran.

Ponorogo, 20 Juni 2025

Penulis



Berlian Wanda Mulia Putri



ABSTRAK

Berlian Wanda Mulia Putri, 2025, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Diplatform E-Commerce Shopee Studi Kasus Cv Samitech Ponorogo

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana kualitas layanan, harga, dan digital marketing memengaruhi kepuasan konsumen pada CV Samitech di Ponorogo. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah melakukan pembelian. Analisis dilakukan menggunakan regresi linier berganda, disertai pengujian asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai F_{hitung} (4,536) yang melebihi F_{tabel} (2,699) dan nilai signifikansi sebesar 0,005 ($< 0,05$). Secara parsial, hanya digital marketing yang menunjukkan pengaruh signifikan dengan t_{hitung} 2,437 $> t_{tabel}$ 1,660 dan nilai p sebesar 0,017. Sementara itu, kualitas layanan dan harga tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara individu. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,090 mengindikasikan bahwa 9% variasi dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara 91% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa digital marketing merupakan faktor dominan dalam membentuk kepuasan konsumen, sedangkan kualitas layanan dan harga belum menunjukkan peran signifikan secara terpisah. Temuan ini memberikan arahan strategis bagi perusahaan untuk memperkuat pendekatan pemasaran digital guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Harga, Digital Marketing, Kepuasan Konsumen, Pemasaran Digital.

ABSTRACT

Berlian Wanda Mulia Putri, 2025, *"The Effect of Service Quality, Price, and Digital Marketing on Customer Satisfaction on the Shopee E-Commerce Platform: A Case Study of CV Samitech Ponorogo."*

This study aims to explore the extent to which service quality, price, and digital marketing influence customer satisfaction at CV Samitech in Ponorogo. Using a quantitative approach, data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who had previously made purchases. Analysis was conducted using multiple linear regression, along with testing of classical assumptions such as normality, multicollinearity, and heteroscedasticity.

The analysis results indicate that all three independent variables simultaneously have a significant influence on customer satisfaction, as indicated by the calculated F value (4.536) exceeding the F table (2.699) and a significance value of 0.005 (<0.05). Partially, only digital marketing showed a significant influence with a calculated t value of 2.437 $>$ t table (1.660) and a p value of 0.017. Meanwhile, service quality and price did not show significant effects individually. The Adjusted R^2 value of 0.090 indicates that 9% of the variation in customer satisfaction can be explained by these three variables, while 91% is influenced by factors outside the model.

This study concludes that digital marketing is a dominant factor in shaping customer satisfaction, while service quality and price have not yet shown significant roles separately. These findings provide strategic direction for companies to strengthen their digital marketing approaches to increase customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Service Quality, Price, Digital Marketing, Customer Satisfaction, Digital Marketing.

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri. Di dalamnya tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk memperoleh gelar akademik di institusi pendidikan mana pun.

Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat bagian atau gagasan yang dikutip dari karya orang lain tanpa mencantumkan sumbernya secara jelas, baik yang sudah diterbitkan maupun belum, kecuali telah disebutkan dalam kutipan dan dicantumkan dalam daftar pustaka sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Ponorogo, 20 Juni 2025

Penulis


Berlian Wanda Mulia Putri



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
PERNYATAAN	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PEMBAHASAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Kualitas Layanan	11
2.1.2 Harga	15
2.1.3 Digital Marketing	19
2.1.4 Kepuasan Konsumen	23
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	30
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	42
3.3 Metode Pengambilan Data	45

3.4	Definisi Operasional Variabel	49
3.5	Metode Analisis Data	51
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Hasil Penelitian	63
4.1.1	Karakteristik Responden	63
4.1.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.1.3	Tabel Tanggapan Konsumen	67
4.1.3	Uji Asumsi Klasik	76
4.1.4	Analisis Regresi Linear Berganda	81
4.1.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	83
4.1.6	Uji F (Simultan)	84
4.1.7	Uji t (Parsial)	86
4.2	Pembahasan	90
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1	Kesimpulan	92
5.3	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
Tabel 3.1	Skala Likert	23
Tabel 3.2	Variabel Indikator	28
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja	39
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan (X1)	41
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga (X2)	43
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap Variabel Digital Marketing (X3)	44
Tabel 4.10	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	46
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.13	Resumen Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	49
Tabel 4.14	Resume Hasil Uji Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
Tabel 4.16	Hasil Uji F (Simultan)	52
Tabel 4.17	Hasil Uji t (Parsial)	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
Gambar 1.1	Kerangka Komseptual	17
Gambar 4.1	Visualisasi Kurva Uji F	56
Gambar 4.2	Visualisasi Kurva Uji t variabel X1	57
Gambar 4.3	Visualisasi Kurva Uji t variabel X2	58
Gambar 4.4	Visualisasi Kurva Uji t variabel X3	59

