

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI BELANJA *ONLINE* SHOPEE  
DI JAKARTA**

Oleh:

**Nama: Steven Jonathan**

**NIM: 22170011**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Oktober 2021**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

## PENGESAHAN

# PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI BELANJA *ONLINE* SHOPEE DI JAKARTA

**Diajukan Oleh**

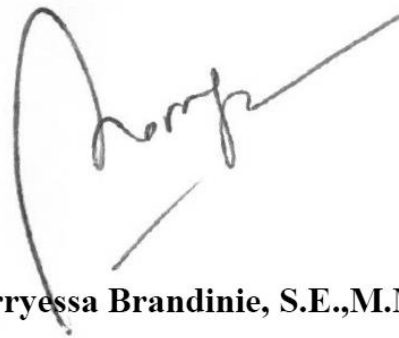
**Nama: Steven Jonathan**

**NIM: 22170011**

**Jakarta, 22 Oktober 2021**

**Disetujui Oleh:**

Pembimbing



( Morryessa Brandinie, S.E.,M.M. )

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



OKTOBER 2021

## ABSTRAK

Steven Jonathan / 22170011 / 2021 / Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Belanja *online* Shopee di Jakarta / Pembimbing: Morryessa Brandinie, S.E.,MM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan dari Aplikasi Belanja *online* Shopee di Jakarta melalui variabel Citra Merek dan Promosi, Kepuasan Pelanggan merupakan hal terpenting yang harus dicapai. Hal ini berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dari Citra Merek dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, maka konsumen tidak puas. Jika sesuai harapan, konsumen puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang.

Objek penelitian ini adalah Aplikasi Belanja *online* Shopee di Jakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner. Untuk pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling* serta metode yang digunakan adalah *judgment sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi, yaitu residu berdistribusi normal, tidak terdapat heteroskedastisitas, dan tidak terdapat multikolinearitas.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pengguna dan berdasarkan uji t dapat disimpulkan bahwa Citra Merek dan Promosi memiliki nilai signifikansi di bawah 0.050 sehingga hipotesis diterima.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah citra merek terbukti tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Belanja *online* Shopee dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Belanja *online* Shoppe.

Kata kunci: Citra Merek, Promosi , Kepuasan Pelanggan



## ABSTRACT

Steven Jonathan / 22170011 / 2021 / *The Influence of Brand Image and Promotion on Customer Satisfaction Shopee Online Shopping Applications in Jakarta* / Pembimbing: Morryessa Brandinie, S.E., M.M.

*The purpose of this study was to determine customer satisfaction from the Shopee Online Shopping Application in Jakarta through Brand Image and Promotion variables, Customer Satisfaction is the most important thing that must be achieved. This is based on several previous studies which state that there is a positive influence of Brand Image and Promotion on Customer Satisfaction.*

*Customer Satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product or service's perceived performance in accordance with expectations. If performance is far from expectations, then consumers are not satisfied. If it meets expectations, consumers are satisfied. If it exceeds expectations, the consumer is very satisfied or delighted.*

*The object of this research is the Shopee Online Shopping Application in Jakarta. Data collection techniques using communication techniques by distributing questionnaires. For sampling, the technique used is non-probability sampling and the method used is judgment sampling. The data analysis technique used in this research is validity test, reliability test, descriptive analysis, classical assumption test and multiple regression analysis.*

*The results of the classical assumption test show that the regression model meets the assumptions that the residuals are normally distributed, there is no heteroscedasticity, and there is no multicollinearity. The results of multiple regression analysis show that the regression model can be used to predict user satisfaction and based on the t test it can be concluded that Brand Image and Promotion has a significance value below 0.050 so that the hypothesis is accepted.*

*The conclusion of this study is that brand image has no effect on customer satisfaction of the Shopee Online Shopping Application and promotion has an positive and significant effect on customer satisfaction of the Shopee Online Shopping Application.*

**Keywords:** Brand Image, Promotion, Customer Satisfaction



## KATA PENGANTAR

Puji syukur terhadap Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkat karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Konsentrasi *Marketing* pada Institute Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie .

Selama dalam proses pembuatan skripsi ini peneliti telah mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Papa dan Mama yang telah memberikan segala dukungan baik finansial maupun moral kepada penulis beserta doa. Sehingga penulis terbantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik
2. Ibu Morryessa Brandinie selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan pengarahan sehingga skripsi ini dapat selesai.
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajarkan ilmu dari semester 1 sampai semester 8, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Para petugas perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Satpam dan karyawan lainnya yang tidak mungkin saya sebutkan satu-persatu. Saya mengucapkan terima kasih atas seluruh bantuan dan keramahannya selama saya menjadi mahasiswa di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
5. Cellen Santoso yang selalu memberikan semangat dari awal skripsi hingga akhir skripsi, dan masukan selama penulis menempuh pendidikan di kampus Kwik Kian Gie School of Business
6. Seluruh keluarga besar yang telah memberikan semangat penulis dan medoakan penulis agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Teman-teman Kwik Kian Gie School of Business angkatan 2017 atas kebersamaan dan dukungannya selama semester 1 sampai penulis menyelesaikan skripsi ini.



8. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang turut membantu dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Penulis sadar sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan-kekurangan yang ada. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Jakarta, Oktober 2021

Penulis,

Steven Jonathan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# Daftar Isi

Halaman Judul.....	
<b><u>PENGESAHAN</u></b> .....	2
<b><u>ABSTRAK</u></b> .....	3
<b><u>ABSTRACT</u></b> .....	4
<b><u>KATA PENGANTAR</u></b> .....	5
<b><u>Daftar Isi</u></b> .....	7
<b><u>DAFTAR TABEL</u></b> .....	9
<b><u>DAFTAR GAMBAR</u></b> .....	11
<b><u>DAFTAR LAMPIRAN</u></b> .....	12
<b><u>BAB I</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>PENDAHULUAN</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>A. Latar Belakang Masalah</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>B. Identifikasi Masalah</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>C. Batasan Masalah</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>D. Batasan Penelitian</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>E. Rumusan Masalah</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>F. Tujuan Penelitian</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>G. Manfaat Penelitian</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>BAB II</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>KAJIAN PUSTAKA</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>A. Landasan Teori</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>1. Merek</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>2. Brand Image (Citra Merek)</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>3. Promosi</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>4. Kepuasan Pelanggan</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>A. Penelitian Terdahulu</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>B. Kerangka Pemikiran</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>C. Hipotesis Penelitian</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>BAB III</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>METODOLOGI PENELITIAN</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>A. Objek Penelitian</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.





<b>B. Desain Penelitian</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>C. Variabel Penelitian</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>D. Teknik Pengambilan Sampel</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>E. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>F. Teknik Analisis Data</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>A. Gambaran Umum Obyek Penelitian</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>B. Hasil Penelitian</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>1. Hasil Uji Kualitas data</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2. Uji Asumsi Klasik</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>3. Analisis Regresi Berganda</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>C. Pembahasan</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB V</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Daftar Pustaka</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>LAMPIRAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 1.....	25
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu 2.....	26
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu 3.....	27
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu 4.....	28
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu 5.....	29
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Citra Merek.....	34
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Promosi.....	35
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	36
Tabel 4.1	Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2	Profil Responden berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3	Profil Responden berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.4	Profil Responden berdasarkan Pendapatan.....	50
Tabel 4.5	Skor Rata-Rata Variabel Citra Merek.....	51
Tabel 4.6	Skor Rata-Rata Variabel Promosi .....	53
Tabel 4.7	Skor Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan.....	55
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel.....	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek .....	58
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	58
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	59
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.13	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	60
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.15	Hasil Uji Keberhasilan Model (Uji F).....	62
Tabel 4.16	Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t).....	62

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.19



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Rating Quartal 1 2020 E-Commerce atau Toko <i>Online</i> di Indonesia .....	4
Gambar 1.2	Rating Quartal 1 2021 E-Commerce atau Toko <i>Online</i> di Indonesia.....	6
Gambar 1.3	Promosi dari Kolaborasi Anak Bangsa Gofood dan Tokopedia.....	12
Gambar 1.4	Keluhan para pelanggan shopee di media sosial Twitter.....	12
Gambar 4.1	Gambar Logo Shopee.....	47

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dukungi Undang-Undang

Dilindungi undang-undang sebagai karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lampiran Kuesioner .....	71
Lampiran 2	Data Kuesioner Variabel Citra Merek .....	75
Lampiran 3	Data Kuesioner Variabel Promosi .....	77
Lampiran 4	Data Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan .....	79
Lampiran 5	Output Uji Validitas Citra Merek .....	81
Lampiran 6	Output Uji Validitas Promosi .....	82
Lampiran 7	Output Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	82
Lampiran 8	Output Uji Reliabilitas Citra Merek .....	83
Lampiran 9	Output Uji Reliabilitas Promosi .....	83
Lampiran 10	Output Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....	83
Lampiran 11	Kuesioner dengan Google Form .....	84
Lampiran 12	Data Profil Responden .....	89
Lampiran 13	Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel dan Confidence Interval Promosi .....	92
Lampiran 14	Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel dan Confidence Interval Kepuasan Pelanggan .....	93
Lampiran 15	Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel dan Confidence Interval Promosi .....	93
Lampiran 16	Output Uji Asumsi Klasik : Uji Heterokedastisitas .....	94
Lampiran 17	Output Uji Asumsi Klasik : Uji Normalitas .....	95
Lampiran 18	Output Uji Asumsi Klasik : Uji Multikolinieritas .....	95
Lampiran 19	Output Analisis Regresi Berganda : Uji F .....	96
Lampiran 20	Output Analisis Regresi Berganda : Uji t .....	96
Lampiran 21	Output Analisis Regresi Berganda : R <sup>2</sup> .....	96
Lampiran 22	Hasil Output Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	97
Lampiran 23	Hasil Output Profil Responden berdasarkan Kerjaan .....	97
Lampiran 22	Hasil Output Profil Responden berdasarkan Usia .....	97

Hak cipta milik BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.