

# **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEEFOOD**

**Oleh:**

**Nama : Ryan Hezekiel Pardede**

**NIM : 28180392**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Oktober 2022**

**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.





**PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SHOPEEFOOD**

**Diajukan Oleh**

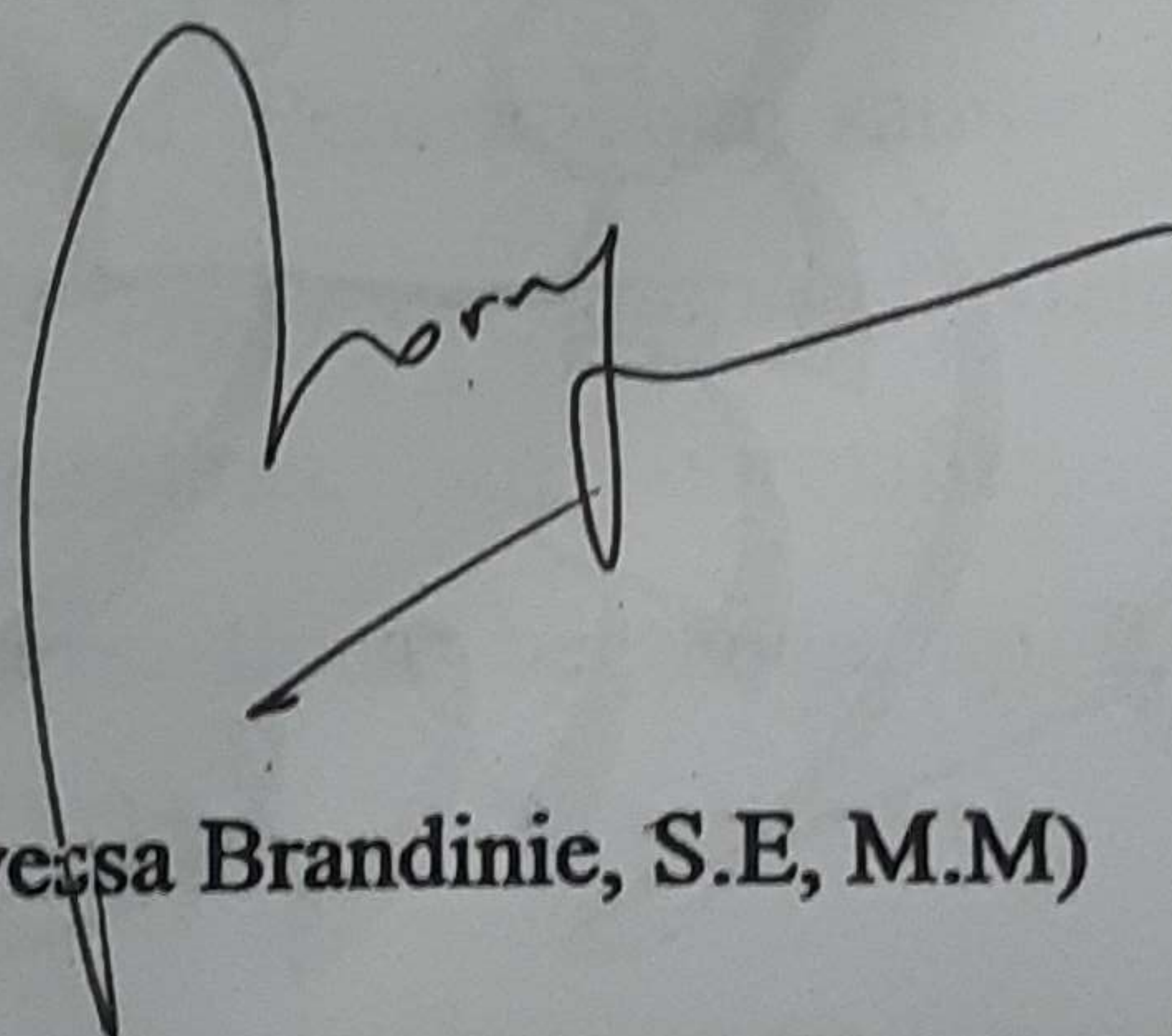
**Nama : Ryan Hezekiel Pardede**

**Nim: 28180392**

**Jakarta, 28 Oktober 2022**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**



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

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2022**



## ABSTRAK

Ryan Hezekiel Pardede/28180392/2022/ Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood/ Pembimbing: Morryessa Brandinie, S.E, M.M.

Perkembangan di bidang teknologi melibatkan masyarakat di era globalisasi saat ini mengalami perubahan pola dan gaya hidup. Teknologi adalah kebutuhan masyarakat, ketahuilah bahwa internet dapat membantu masyarakat dalam banyak hal seperti konektivitas dan jangkauan yang sangat luas, pengurangan biaya komunikasi, interaksi, fleksibel, mampu menyebarkan ilmu dengan cepat dan mudah melakukan transaksi *online*.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitas layanan, promosi penjualan dan kepuasan pelanggan. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas layanan dan promosi penjualan, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner melalui Google *form* kepada 103 responden pelanggan Shopeefood. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Metode analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear berganda, uji-T, uji-F. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 26.

Berdasarkan analisis data pada penelitian ini, diperoleh hasil bahwa responden sangat setuju bahwa kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan sudah sangat baik serta mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis penelitian ini terbukti dapat diterima.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah, kualitas layanan dan promosi penjualan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Shopeefood.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Promosi Penjualan, Kepuasan Pelanggan.



## ABSTRACT

Ryan Hezekiel Pardede/28180392/2022/ *The Effect of Service Quality and Sales Promotion on Shopeefood Customer Satisfaction/ Supervisor: Morryessa Brandinie, S.E, M.M.*

*Developments in the field of technology involve people in the current era of globalization. Experiencing changes in patterns and lifestyles. Technology is a people's need, know that the internet can help people in many ways such as connectivity and a very wide range, reduction of communication costs, interaction, flexibility, being able to spread knowledge quickly and easily doing online transactions.*

*The theory used in this research is service quality, sales promotion and customer satisfaction. The variables in this study are divided into two types, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are service quality and sales promotion, while the dependent variable in this study is customer satisfaction.*

*Data collection was carried out by distributing questionnaires through Google forms to 103 Shopeefood customer respondents. Sampling was done by non-probability sampling with judgment sampling technique. The analytical methods used include validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis test, T-test, F-test. The test was carried out using the help of SPSS 26.*

*Based on the analysis of the data in this study, the results showed that the respondents strongly agreed that the quality of service and sales promotion on customer satisfaction was very good and had a positive and significant influence on customer satisfaction. So that this research hypothesis is proven to be accepted.*

*The conclusion of this study is that service quality and sales promotion have a positive and significant impact on Shopeefood's customer satisfaction.*

**Keywords:** *Service Quality, Sales Promotion, Customer Satisfaction.*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan berkat-Nya serta waktu yang diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan ShopeeFood” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini terdapat banyak hambatan dan rintangan yang dihadapi peneliti, tetapi pada akhirnya dapat terselesaikan berkat adanya dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Morryessa Brandinie, S.E, M.M, selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengajaran dan bantuan selama peneliti menjalankan masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
3. Kedua orang tua dan teman-teman yang setiap hari memberikan doa, semangat, memberikan pendapat maupun saran, serta dorongan dalam penulisan dan penyusunan skripsi.
4. Seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner serta kepada pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh sebab itu,



penulis mengharapkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang dapat menjadi masukan bagi peneliti untuk di kemudian hari. Demikian skripsi ini dibuat, semoga dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pihak yang membaca.

Jakarta, 28 Oktober 2022

Penulis

Ryan Hezekiel Pardede

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

PENGESAHAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
<b>BAB I</b> Pendahuluan .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	6
D. Batasan Penelitian .....	7
E. Rumusan Masalah .....	7
F. Tujuan penelitian .....	7
G. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II</b> KAJIAN PUSTAKA .....	9
A. Landasan Teoritis .....	9
B. Penelitian Terdahulu .....	23
C. Kerangka Pemikiran .....	26
D. Hipotesis .....	28
<b>BAB III</b> METODE PENELITIAN .....	29
A. Objek Penelitian .....	29
B. Desain Penelitian .....	29
C. Variabel Penelitian .....	31
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	35
E. Teknik Pengumpulan Data .....	36
F. Teknik Analisis Data .....	36
<b>BAB IV</b> HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
B. Analisis Deskriptif .....	48
C. Hasil Penelitian .....	53
D. Pembahasan .....	62





<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>66</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>66</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>69</b>

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 TABEL

Tabel 1.1 Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia (2022) .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Indikator dan Item Kualitas Layanan .....	32
Tabel 3.2 Indikator dan Item Promosi Penjualan .....	33
Tabel 3.3 Indikator dan Item Kepuasan Pelanggan.....	34
Tabel 3.4 Skala Interval.....	40
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan .....	48
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Profesi.....	50
Tabel 4.5 Nilai Rata-Rata Kualitas Layanan .....	47
Tabel 4.6 Nilai Rata-Rata Promosi Penjualan .....	47
Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata Kepuasan Pelanggan.....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan .....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan .....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas.....	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Kelayakan Model (F).....	53
Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikasi Koefisien (T) Kualitas Layanan.....	53
Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikasi Koefisien (T) Promosi Penjualan... ..	53
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	53





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kunjungan Web <i>E-commerce</i> Bulanan di Indonesia Kuartal II 2022.....	1
Gambar 1.2	Keluhan Konsumen Shopeefood pada Aplikasi Shopee di <i>App Store</i> .....	3
Gambar 1.3	Keluhan konsumen Shopeefood atas promo yang tidak konsisten.....	5
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1	Logo Shopeefood .....	46
Gambar 4.2	Layanan Shopeefood .....	48

© **Harcipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



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 LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Kuisioner.....	70
Lampiran 2 Data pra Kuisioner Variabel Kualitas layanan (X1) .....	75
Lampiran 3 Data Pra Kuisioner Variabel Promosi Penjualan (X2).....	76
Lampiran 4 Data Pra Kuisioner Kepuasan Pelanggan (Y) .....	77
Lampiran 5 Hasil Output Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	79
Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan.....	80
Lampiran 7 Hasil Output Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.. ..	81
Lampiran 8 Hasil Output Uji Reliabilitas Kualitas Layanan.....	81
Lampiran 9 Hasil Output Uji Reliabilitas Promosi Penjualan.....	82
Lampiran 10 Hasil Output Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....	82
Lampiran 11 Kuisioner .....	83
Lampiran 12 Data Profil Responden .....	88
Lampiran 13 Hasil Output Profil Responden (Usia) .....	92
Lampiran 14 Hasil Output Profil Responden (Jenis Kelamin).....	92
Lampiran 15 Hasil Output Profil Responden (Pendidikan Terakhir).....	93
Lampiran 16 Hasil Output Profil Responden (Pekerjaan) .....	93
Lampiran 17 Hasil Output Analisis Variabel Kualitas Layanan .....	94
Lampiran 18 Hasil Output Analisis Variabel Promosi Penjualan .....	94
Lampiran 19 Hasil Output Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan.....	95
Lampiran 20 Hasil Output Uji Normalitas .....	96
Lampiran 21 Hasil Output Uji Multikolinearitas .....	96
Lampiran 22 Hasil Output Uji Heteroskedastisitas .....	97
Lampiran 23 Hasil Output Uji F.....	97
Lampiran 24 Hasil Output Uji T .....	98
Lampiran 25 Hasil Output Uji R <sup>2</sup> .....	98

