

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS
LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE
SHOPEE DI YOGYAKARTA
SKRIPSI**



Disusun Oleh :

MIKAEL MARISON ADOLF

11160023

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

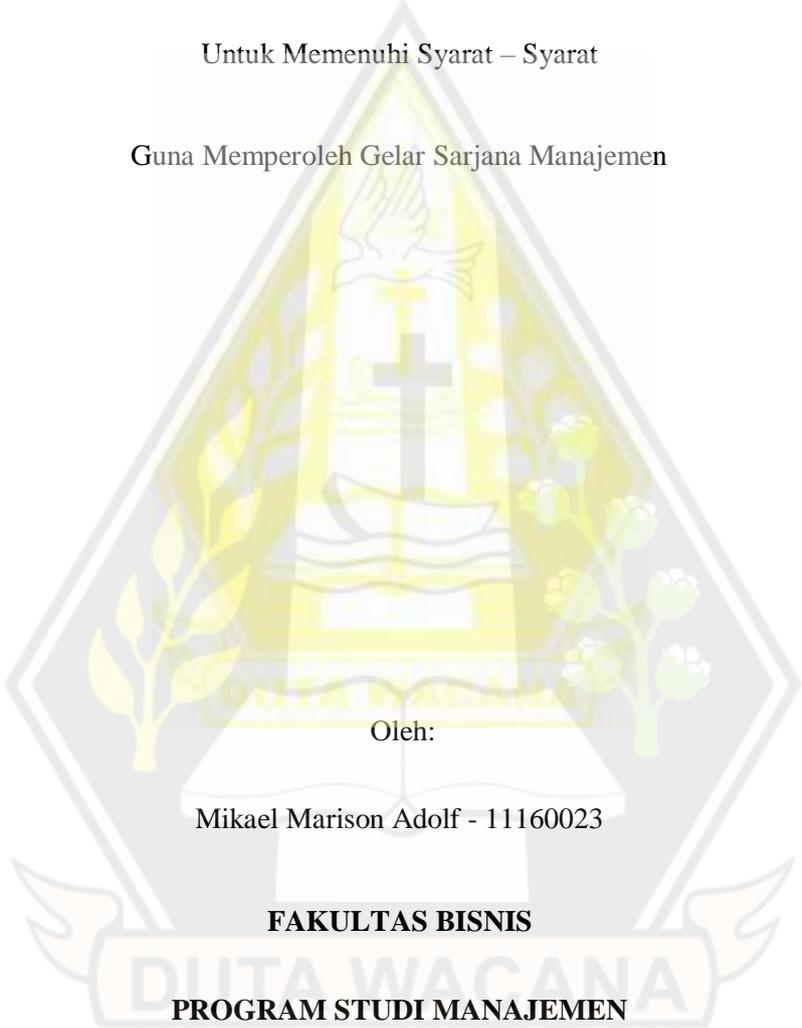
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI
YOGYAKARTA**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Syarat – Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

Mikael Marison Adolf - 11160023

FAKULTAS BISNIS
DUITA WACANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: MIKAEL MARISON ADOLF
NIM	: 11160023
Program studi	: MANAJEMEN/BISNIS
Fakultas	: BISNIS
Jenis Karya	: Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI YOGYAKARTA”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 12 April 2022

Yang menyatakan



(Mikael Marison Adolf)

NIM.11160023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI
YOGYAKARTA**

Telah diajukan oleh dan dipertahankan oleh

MIKAEL MARISON ADOLF

11160023

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 9 Agustus 2021

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl.Secr., MM
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Dosen Penguji/Dosen Pembimbing)



DUTA WACANA
Yogyakarta, 12 April 2022

Disahkan Oleh :

Dekan

Kaprodi Manajemen



(Dr. Perminas Pangeran, M.Si)



(Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D)

DUTA WACANA

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama Penyusun : Mikael Marison Adolf

Nomor Induk Mahasiswa : 11160023

Program Studi : Manajemen/Bisnis

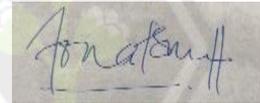
Judul usulan penelitian skripsi

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI YOGYAKARTA.

Dosen Pembimbing : JONATHAN HERDIOKO,SE,M.M

Yogyakarta, 23 Juli 2021

Dosen Pembimbing



JONATHAN HERDIOKO,SE,M.M

NIK : 004 E 285

DUTA WACANA

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI YOGYAKARTA

Saya kerjakan guna memenuhi sebagian syarat-syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah MURNI hasil pekerjaan saya dan bukan tiruan atau duplikasi dari karya pihak yang lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi tiruan dari karya pihak lainnya, maka saya bersedia diberikan sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 23 Juli 2021



Mikael Marison Adolf



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul “ PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMERN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI YOGYAKARTA ”

Tujuan penulisan Skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi Manajemen (S1) di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari Kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materi baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati :

1. JONATHAN HERDIOKO,SE,M.M selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini
2. Teristimewa Orang Tua dan saudara/i saya yang selalu mendukung dan mendoakan agar terselesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman yang juga ikut serta membantu dan mendukung penulis dalam proses penyelesaian skripsi.

4. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu penulis hingga terselesaikannya Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan pembaca umumnya.



Yogyakarta, 23 Juli 2021

Penulis,

Mikael Marison Adolf

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Manajemen Pemasaran	5
2.1.2 Kualitas Produk	6
2.1.3 Pengertian Dan Indikator Persepsi harga	7

2.1.4 Kualitas Layanan Jasa	8
2.1.5 Pengertian Kepuasan Konsumen	10
2.1.6 Manfaat Kepuasan Konsumen	11
2.1.7 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3. kerangka penelitian	17
2.4. hipotesis.....	17
2.5. Pengembangan Hipotesis	17
Bab III Metode Penelitian	19
3.1. Jenis Penelitian	19
3.2 Subyek Dan Objek Penelitian	19
3.3 Data Dan Sumber Data.....	19
3.3.1 Data Primer	19
3.3.2 Data Sekunder.....	20
3.3.3 Pengumpulan Data	20
3.4 Populasi Dan Sampel	20
3.5 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	21
3.5.1 Definisi Operasional variabel	21
3.5.2 Pengukuran variable	21
3.5.3 Skala pengukuran variable	23
3.6 Metode Analisis Data.....	23
3.6.1 Analisis Persentase	23

3.7 Uji Statistik	24
3.7.1 Uji Validitas.....	24
3.7.2 Uji Reliabilitas	25
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	25
3.8 Uji Hipotesis	26
3.8.1 Uji Koefisien Determinasi R^2	26
3.8.2 Uji Simultan (uji-F).....	27
3.8.3 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Parsial (Uji t)	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	29
4.1.1 Hasil Uji Validitas	29
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	31
4.2. Profil Responden	32
4.2.1 Karakteristik Responden	32
4.3 Hasil Uji Hipotesis	36
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	36
4.3.2 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	38
4.3.3 Hasil Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	38
4.3.4 Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)	40
4.3.4.1 Pengujian Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	40

4.3.4.2 Pengujian Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	40
4.3.4.3 Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	41
4.4 Pembahasan.....	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1. Kesimpulan.....	45
5.1.1 Profil konsumen.....	45
5.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
5.2 Keterbatasan Penelitian	46
5.3. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	50



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga, kualitas layanan jasa dan Kepuasan konsumen.....	29
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	31
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin.....	32
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan Asal Daerah.....	33
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.8 Karakteristik responden berdasarkan Frekuensi Kunjungan	35
Tabel 4.9 Karakteristik responden berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	35
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Liner Berganda	36
Tabel 4.11 Nilai Kofisien Determinasi R^2	38
Tabel 4.12 Nilai Uji F	39
Tabel 4.13 Nilai Uji T	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	17
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	51
Lampiran 2 Data Kuesioner	56
Lampiran 3 Uji Validitas Dan Reliabilitas	70
Lampiran 4 Analisis Regresi Berganda	77
Lampiran 5 Tabel Uji t	80
Lampiran 6 Tabel Uji f	81
Lampiran 7 Tabel Uji r	82
Lampiran Kartu Konsul	83
Lampiran Lembaran Revisian	84

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan secara simultan atau parsial terhadap kepuasan konsumen pada marketplace Shopee di Yogyakarta.

Sampel diambil dengan menggunakan metode purposive random sampling sebanyak 100 responden. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei kepada konsumen di Yogyakarta dengan menyebarkan kuesioner. Variabel dan penelitian terdiri dari 3 variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari: Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan, sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen. Analisis data menggunakan regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis yaitu uji F dan uji t. Hasil: analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) adalah 0,514 (51,4%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel terikat dipengaruhi oleh 0,514 (51,4%) dan variabel bebas sebesar 48,6% yang dipengaruhi oleh variabel lain seperti variabel citra merek, strategi pemasaran, dan testimoni dari orang lain. melalui uji regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa, Kualitas produk (*quality product*) dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa kualitas suatu produk di shopee marketplace Yogyakarta belum tentu menjamin kepuasan dari konsumen, dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah penelitian ini ditolak. Persepsi harga (*price perception*) dari penelitian ini diketahui bahwa persepsi harga suatu produk dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di marketplace Shopee Yogyakarta secara parsial, dengan demikian hipotesis ini diterima. Kualitas layanan jasa (*Service quality*) dari penelitian ini diketahui bahwa kualitas layanan jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada marketplace Shopee di Yogyakarta secara parsial, dengan demikian hipotesis diterima.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Suasana Kafe, Kualitas Layanan Jasa

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND SERVICES QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AT THE SHOPEE MARKETPLACE IN YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price perception, and service quality simultaneously or partially on consumer satisfaction at the Shopee marketplace in Yogyakarta.

Samples were taken using purposive random sampling method as many as 100 respondents. This research was conducted using a survey method to consumers in Yogyakarta by distributing questionnaires. The variables and research consisted of 3 independent variables and one dependent variable. The independent variables consist of: Product Quality, Price Perception, and Service Quality, while the dependent variable is consumer satisfaction. The data were analyzed using multiple linear regression, with hypothesis testing, namely the F-test and t-test. The results of: data analysis that has been carried out shows that the coefficient of determination (R²) is 0.514 (51.4%). This shows that the dependent variable is influenced by 0.514 (51.4%) and the independent variable is 48.6% which is influenced by other variables such as brand image variables, marketing strategies, and testimonials from other people. through multiple linear regression test, it can be concluded that, Product from the results of this study it was found that the quality of a product in the Yogyakarta shopee marketplace does not necessarily guarantee satisfaction from consumers, thus the hypothesis of this study was rejected. Price perception from this research is known that the perception of the price of a product can have a significant effect on consumer satisfaction at the Shopee marketplace in Yogyakarta partially, thus this hypothesis is accepted. Service quality from this research is known that service quality has a significant effect on consumer satisfaction at the Shopee marketplace in Yogyakarta partially, thus this hypothesis is accepted.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Café Atmosphere, Service Quality.*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era digitalisasi saat ini, teknologi dan informasi berkembang begitu cepat sehingga memicu ketatnya persaingan dalam berbisnis. Hal inilah yang menjadikan pihak produsen untuk semakin berpikir kritis, kreatif dan inovatif terkait perubahan yang berlangsung baik di bidang sosial, budaya, politik ataupun ekonomi. Hal utama yang harus perusahaan lakukan untuk mencapai keberhasilan dalam bersaing ialah berupaya mengembangkan strategi perusahaan dalam mewujudkan tujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan konsumennya. Untuk merealisasikan tujuan terkait, maka dalam memproduksi barang dan jasa pihak perusahaan harus berupaya untuk menyesuaikan dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumennya.

E-commerce atau juga disebut perdagangan elektronik adalah salah satu media yang digunakan untuk kepentingan bisnis yang bisa dipakai oleh perusahaan atau individu untuk membeli atau menjual barang melalui internet. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan untuk pemakaian aplikasi Shopee. Penelitian ini menggunakan variable kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas jasa. Kesimpulan dari Penelitian ini bisa berguna terhadap kualitas pelayanan Shopee di Yogyakarta untuk kepuasan pelanggan sehingga dapat menjadi acuan sebagai masukan atau pertimbangan untuk mengembangkan penelitian.

Di zaman globalisasi ini, mayoritas masyarakat telah mengenal internet dan smartpone. Dengan kemajaun dan berkembangnya teknologi menjadikan internet semakin cepat. Beragam kalangan masyarakat dapat mengakses internet kapanpun dan dimanapun. Internet memiliki berbagai kemanfaatan, diantaranya ialah berbelanja.

E-commerce ialah kegiatan penyebaran, jual beli, pemasaran produk lewat internet. Lewat situs online ataupun aplikasi, konsumen tidak harus mengunjungi tempat berbelanja, namun cukup mengakses situs yang menyediakan jual beli online, sehingga konsumen bisa melakukan pembelian produknya via online.

Diantara e-commerce yang perkembangannya tergolong cepat di Indonesia ialah Shopee. Shopee ialah platform berbelanja via online yang bisa menjual berbagai jenis produk seperti elektronik, alat-alat rumah tangga, busana, aksesoris sampai fashion. Kelebihan lainnya ialah pembeli bisa melakukan pengembalian barang atau dana jika produk yang ia terima tidak seperti yang diharapkan. Pengguna bisa mendapatkan produk dengan mudah di kolom pencarian dengan memasukkan gambar yang ingin ditemukan. Selain itu, pembeli bisa menikmati gratis ongkir untuk pengiriman produknya.

Alasan saya memilih Shopee sebagai bahan penelitian, karena aplikasi ini meskipun terbilang baru dibandingkan aplikasi belanja online yang berupa Lazada, Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli. Namun shopee mampu bersaing dipasaran dengan berbagai macam penawaran dan fitur-fitur menarik yang disediakan oleh Shopee. Dan yang menjadi pertimbangan saya juga untuk meneliti Shopee, karena Shopee masuk dalam 5 marketplace terbaik di Indonesia 2019 meskipun masih tergolong baru, dan yang menjadi pertanyaan saya apakah produk yang ditawarkan shopee kualitasnya bagus, dan harga yang ditawarkan relative terjangkau atau kualitas layanan jasanya sangat professional sehingga membuat konsumen merasa puas dan menjadikan Shopee sebagai salah satu marketplace favorit dari para konsumen.

5 Marketplace Terbaik di Indonesia 2019

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	140,414,500	#2	#2	205,070	1,263,800	6,135,250	3,144
2 Shopee	90,705,300	#1	#1	85,440	2,616,800	14,804,290	3,017
3 Bukalapak	89,765,800	#4	#4	168,260	832,460	2,425,880	2,696
4 Lazada	49,620,200	#3	#3	369,840	1,332,780	28,413,580	2,289
5 Blibli	38,453,000	#6	#6	485,030	822,130	8,349,810	1,372

Sumber : iprice.co.id

Pendapat Kotler (2010:138), pada umumnya kepuasan merupakan rasa senang ataupun kekecewaan yang dirasakan oleh seseorang sesudah membandingkan kinerja yang dilihat dari produk ataupun hasilnya dengan ekspektasinya. Terkait dengan kelangsungan dan perkembangannya perusahaan faktor yang harus diperhatikan adalah kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan masalah

Berkaca dari latar belakang masalah di atas, maka dapat disimpulkan identifikasi masalahnya yakni:

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada aplikasi Shopee di Yogyakarta?
2. Apakah persepsi harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada aplikasi Shopee di Yogyakarta?
3. Apakah kualitas jasa mempengaruhi kepuasan konsumen pada aplikasi Shopee di Yogyakarta?

1.3 Tujuan penelitian

Mengacu pada latar belakang dan rumusan masalah bersangkutan, maka tujuannya penelitian ini yaitu untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi Shopee di Yogyakarta?
2. Mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi Shopee di Yogyakarta?
3. Mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi Shopee di Yogyakarta?

1.4 Batasan penelitian

2. Penelitian berlokasi di Yogyakarta
3. Responden yang diteliti sebanyak 100 orang
 - a. Usia
 - b. Gender
 - c. Pendidikan terakhir
 - d. Pekerjaan
 - e. Pengeluaran/bulan
4. Kriteria respondennya yaitu konsumen yang sudah pernah memakai atau melakukan pembelian di shopee.
5. Untuk membatasi penelitian ini agar tidak terlalu umum dan menyimpang maka dilakukan Batasan-batasan penelitian sebagai berikut :

Penelitian ini menggunakan variabel :

- a. Kualitas produk (X)
- b. Persepsi harga (X)
- c. Kualitas pelayanan jasa (X)
- d. Kepuasan konsumen (Y)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Menurut hasil analisis data yang sebelumnya telah diuraikan, maka dapat disimpulkan di bawah ini;

A. Profil Konsumen

Penelitian menggunakan 100 responden yang mengunjungi *Marketplace* Shopee di Yogyakarta yang mayoritas pengunjungnya adalah wanita, dan untuk kelompok umur yang didominasi 20 – 25 tahun maka mayoritas respondennya mempunyai pengeluaran bulanan 1.000.000 – 2.000.000, latar belakang pendidikan terakhir responden mayoritas adalah Diploma dengan jumlah 29 orang, dan menurut asal daerah, beberapa pengunjungnya berasal dari Indonesia bagian tengah dengan jumlah responden yang paling banyak berkunjung 1-5 kali dalam waktu sebulan.

B. Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil analisis yang sudah dilaksanakan, memperlihatkan jika;

1. Kualitas produk tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan pada *Marketplace* Shopee Yogyakarta.
2. Persepsi harga mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan pada *Marketplace* Shopee Yogyakarta, sehingga hasil pengujian ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang dijadikan acuan penulis yakni pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Shopee *Marketplace*.

3. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan pada *Marketplace* Shopee Yogyakarta, sehingga hasil pengujian ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang dijadikan acuan penulis yaitu pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Shopee *Marketplace*.

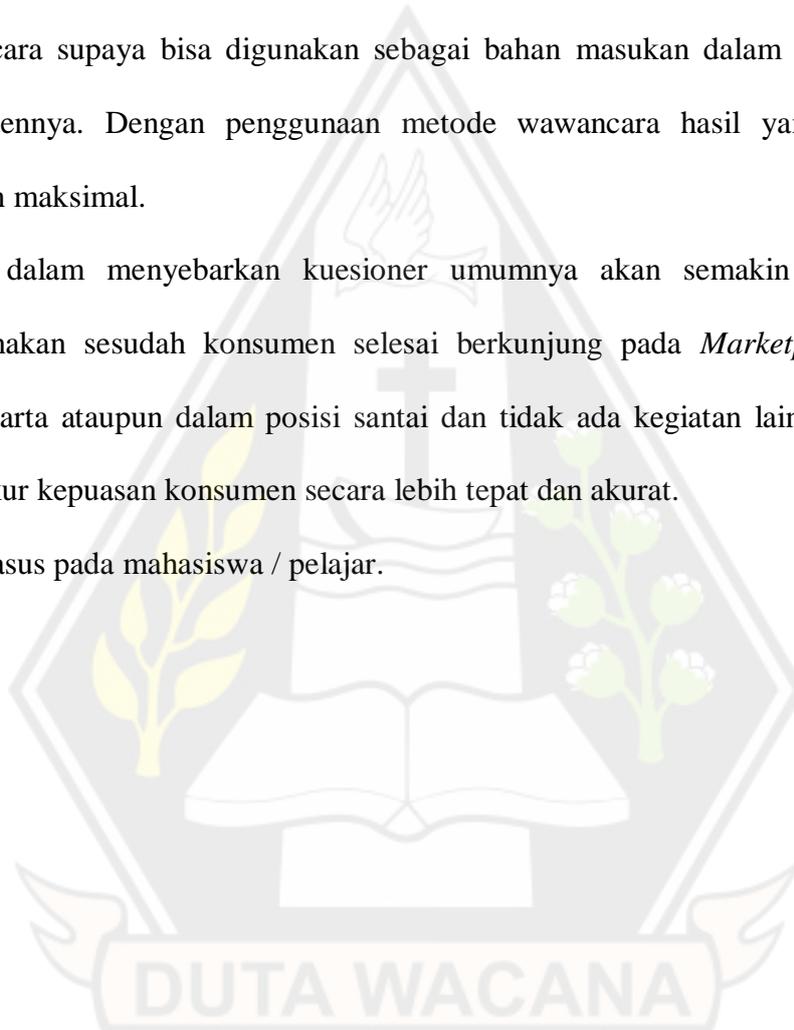
5.2 Keterbatasan Penelitian

- a) Penyebab keterbatasan penelitian memakai angket adalah kadang kala jawaban dari respondennya tidak memperlihatkan kondisi yang sesungguhnya.
- b) Obyek penelitian hanya difokuskan pada Shopee yang hanya merupakan salah satu dari begitu banyaknya akun bisnis online yang juga terdapat aktivitas jual beli.
- c) Jawaban yang diberikan dalam angket yang digunakan dalam penelitian bersifat tertutup, sehingga mengharuskan respondennya menjawab sesuai dengan opsi jawaban yang tersedia.
- d) Cakupan jumlah respondennya hanya dibatasi 100 responden.
- e) Penelitian ini cuma membahas sejumlah kecil variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Padahal masih banyak variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5.3 Saran

1. Dalam penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk tidak menjamin kepuasan pelanggan. Sehingga produk yang ditawarkan perusahaan harus menjamin kualitas produk yang ditawarkan mulai dari faktor fungsi suatu produk sesuai dengan keinginan pembeli, faktor bentuk eksternal yang terdapat pada produknya tidak sekedar dipandang dari bentuknya saja namun juga dari warna dan kemasan. Sehingga diharapkan perusahaan dapat lebih meningkatkan kualitas suatu produk.

2. Berdasarkan penelitian, persepsi harga dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan sehingga perusahaan harus terus menjaga dan meningkatkan kualitas layanan karena kebutuhan dan ekspektasi konsumen juga bersifat dinamis, agar tidak bersaing dengan bisnis online lainnya.
3. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya juga menyediakan pertanyaan terbuka jadi tidak hanya sekedar pertanyaan tertutup saja sehingga metodenya ditambah dengan wawancara supaya bisa digunakan sebagai bahan masukan dalam mengidentifikasi respondennya. Dengan penggunaan metode wawancara hasil yang didapat bisa semakin maksimal.
4. Waktu dalam menyebarkan kuesioner umumnya akan semakin efektif apabila dilaksanakan sesudah konsumen selesai berkunjung pada *Marketplace* shopee di Yogyakarta ataupun dalam posisi santai dan tidak ada kegiatan lain sehingga dapat mengukur kepuasan konsumen secara lebih tepat dan akurat.
5. Studi kasus pada mahasiswa / pelajar.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. “ *Problems and Strategies in Services Marketing* ”. *Jurnal of Marketing* Vol. 49. (Spring).
- Chase, Richard, B., Aquilano, Nicholas, J. and Jacobs, F. Robert, “*Operations Management For Competitive Advantage*”. 11th edition, McGraw-Hill Irwin, Boston, 2006.
- Cooper, Donald R dan Schindler, Pamela S. (2006). “ *Metode Riset Bisnis* “. Volume 2- 9/E. Jakarta: Media Global Edukasi.
- Erlina & Mulyani, Sri. (2008). “ *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen* ”. Edisi Pertama, USU Press, Medan.
- Fadilah, Zahrina. 2015 .” *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi kasus pada pelanggan Lazada di Perkantoran The Plaza Office Tower Jakarta)* “. Ekonomi, Manajemen Pemasaran, Universitas Darma Persada
- Ghozali, Imam. (2005). ” *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS* “. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2006). “ *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*”. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handriana, T. (1998).” *Analisis Perbedaan Harapan Kualitas Jasa pada Lembaga Pendidikan Tinggi di Surabaya* “. Tesis S2.
- Hasan, M. Iqbal. (2002). “ *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*”. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip (2000). “ *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen* “, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler dan Amstrong. (2008). “*Prinsip-prinsip Pemasaran*”. (Jilid 1 dan 2.Edisi 12).
- Kotler P, & Armstrong. (2008). “*Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*”. (Edisi keduabelas). Jakarta: AlfabetaCochran.
- Kotler, Amstrong. (2001). “*Prinsip-prinsip pemasaran*”. (Edisi keduabelas, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P dan Keller, K. (2009). *“Manajemen Pemasaran”*. (Jilid I. Edisi ke 13) Jakarta: Erlangga.

Kotler, P dan Keller, K. (2010). *“Manajemen Pemasaran”*. (Jilid I & 2. Edisi ke 13) Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta: Erlangga, 1988.

Kuncoro, Mudrajad. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi. Bagaimana meneliti & menulis tesis?* Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kurnia Intan Devi, Lenggang. (2019). skripsi *“ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee”* . Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Lesmana, I Putu Puje. 2019 *“ Analisis Pengaruh Citra merek, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Online Melalui Shopee di Yogyakarta”*. Yogyakarta : UKDW

Linardi ,Ricky. (2019) *“ Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop RL_Watch”*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *“ Manajemen Pemasaran Jasa. Penerbit Salemba Empat “*. Jakarta

Nasution, Julia Ramadani. 2019. *“ Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa FEBI Angkatan 2014 UIN Sumatera Utara) “*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Tjiptono, Fandy. 2004. *” Manajemen Jasa. Edisi Pertama “*. Yogyakarta: Andi Offset

Meiditia, yusrini., Suprpto, & Retno Indah Rokhmawati. (2018). *“ Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce (Studi Kasus : Shopee).*

Mundilarso.(2013).*“Hipotesis“*. (Online). Tersedia:

<http://www.wahid.bismania.blogspot.com> [16 Mei 2013]

- Prawirosentono, Suyadi. (2002). *“Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu”*. TQM Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Rangkuti, Freddy. (1997). *“ Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis ”*. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. (2013). *“ SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset “*. Jakarta : Penerbit Selemba Empat
- Stanton, William J, (1996), *Prinsip Pemasaran*, (jilid I edisi ketujuh). Jakarta: Erlangga.
- Sugiono. (1999). *“Metodologi Penelitian Administrasi”*. (Edisi Kedua). Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono. (2004). *“Metode Penelitian”*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2007). *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2009). *“ Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D “*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *“Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D”*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *“ Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D “*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *“ Strategi Pemasaran “*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. (1997) . *”Studi Kelayakan Bisnis”*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Murdan. (2003). *“ Statistik Pendidikan dan Aplikasinya “*. Yogyakarta: Global Pustaka Umum