

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
DALAM BERBELANJA ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE  
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN JASA TITIP ELLY SANDRA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Flores**



**OLEH**

**OSWALDUS WENGGO WARA**

**NIM : 2018410593**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS FLORES**

**ENDE**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Nama : OSWALDUS WENGGO WARA**  
**Nim : 2018410593**  
**Judul : PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE (STUDI KASUS PADA PELANGGAN JASA TITIP ELLY SANDRA)**

**Ende, 26 Agustus 2023**

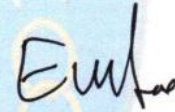
**Telah Diuji dan Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Flores**

**PembimbingI**



**Dr. Avianita Rachmawati, S.Sos.,MM**  
**NIDN : 0814058001**

**PembimbingII**



**Maria Endang Jamu, SE.,MM**  
**NIDN. 0814109101**

**Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Flores**



**Lambertus Langga, SE.,M.Sc**  
**NIDN. 0825077101**

## LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 26 Agustus 2023

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi



Iriany Dewi Saleman, SE.,M.Sc  
NIDN. 08 2603 7001

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



Lambertus Langa, SE.,M.Sc  
NIDN. 08 2507 7101

### Tim Penguji:

01 Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM  
NIDN. 08 1809 7501

02 Yulius Laga, SE.,M.Ec.Dev  
NIDN. 08 0507 8703

03 Gabriel Tanusi, SE.,M.Si  
NIDN.0827067101

04 Maria Endang Jamu, SE.,MM  
NIDN. 0814109101

05 Dr. Avianita Rachmawati, S.Sos.,MM  
NIDN : 0814058001

1. ....

2. ....

3. ....

4. ....

5. ....



**UNIVERSITAS FLORES**  
**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

**“PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE (STUDI KASUS PADA PELANGGAN JASA TITIP ELLY SANDRA)”** Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 26 Agustus 2023 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 26 Agustus 2023  
Yang Memberi Pernyataan



**Oswaldus Wenggo Wara**  
**2018410593**

## **MOTTO**

**“Ubah Pemikiranmu Maka Kau Akan Dapat Mengubah Duniamu”**

**Oswaldus Wenggo Wara**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karyaku yang tulus kupersembahkan kepada :

1. Tuhan yang Maha Kuasa
2. Yang tercinta dan aku banggakan kedua orang tua ku “ Alm.Ayah Herman Setu dan Ibu Imelda Meda” yang telah melahirkan dan membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, kesabaran dan pengorbanan yang tulus serta jerih payah dan doa selama proses pendidikan ku.
3. Yang tercinta kakakuGusti, Yovin, Arton, Estin, Estan dan adik ku Venti
4. Yang tercinta BibikuPaulina Dhuka yang selalu membantu dan mendukungku.
5. Yang tercinta Kaka Maxi, Kaka Elfrida, Om Rinus, Kaka Noldi, Kaka Vian, Kaka Saskia, Kaka Kamang,yang selalu ada membantu dan menasehatiku.
6. Pemilik Jasa Titip Elly Sandra dan para karyawannya yang selalu siap memberikan waktu dan data yang menjadi pendukung penyelesaian tugas akhirku
7. Ibu Dr. Avianita Rachmawati, S.Sos.,MMselaku pembimbing I dan Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM selaku pembimbing II yang dengan penuh bijaksana memberikan bimbingan serta pemikiran kepada penulis skripsi ini.
8. Sahabat seperjuangan Jelo, El, Dolin, Ace, beni, Fred, Noldi, Devi, Nano, Bravo, Troy dan Doody yang selalu membantu dan mendukungku.
9. Teman-teman angkatan 2018.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas Kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa yang senantiasa memberikan rahmat serta kesempatan bagikita untuk terus menghirup udaranya sehingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Koonsumen Dalam Berbelanja Online Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Pelanggan Jasa Titip Elly Sandra)”** yang merupakan tugas akhir dalam menyelesaikan studi dan sebagai salahsatu syarat yang harus dipenuhi untuk meraih gelar sarjana Manajemen (S.M), pada program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Flores. Penulis menyadari bahwa dari awal mulai hingga akhir penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan kerja sama dari semua pihak yang terlibat dalam menyumbangkan waktu, gagasan dan tindakan nyata. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Flores
2. Ibu Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores
3. Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc Selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Dr. Avianita Rachamawati, S. Sos., MM sebagai pembimbing 1 dan Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM sebagai pembimbing II yang dengan bijaksana dan penuh kearifan telah memberikan bimbingan dan pemikiran kepada penulis skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Jasa Titip Elly Sandra yang memberikan semua informasi dalam memberikan data penelitian yang dibutuhkan.
7. Serta semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penulis dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak keterbatasan, untuk itu penulis dengan rendah hati akan menerima saran dan kritik yang membangun agar penulis menjadi lebih baik lagi. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan berbagai pihak.

Ende, Agustus 2023

Penulis



## ABSTRAK

**Oswaldus Wenggo Wara,2018410593. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Online Pada Marketplace Shopee( Studi Kasus Pada Pelanggan Jasa Titip Elly Sandra). Skripsi .Ende. Pembimbing I Dr. Avianita Rachamawati, S. Sos., MM, Pembimbing II Maria Endang Jamu SE.,MM. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Flores. 2023**

---

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh bauran promosi yang dilakukan marketplace shopee terhadap kepuasan konsumen (pelanggan Jasa Titip Elly Sandra). Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *proposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan observasi dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda

Hasil Uji Statistik pengaruh bauran promosi (x1) terhadap kepuasan konsumen (pelanggan Jasa Titip Elly Sandra) (Y) Sebesar  $3,387 > 1,98667$  dan nilai signifikansi  $0,001 > 0,05$  Dinyatakan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian bauran promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pelanggan jasa titip elly Sandra berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai t hitung  $3,387 > t$  tabel  $1,98667$  dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka dapat dijelaskan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau bauran promosi (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan meningkatnya promosi dalam berbelanja online pada marketplace shopee.

***Kata kunci :bauran promosi, Kualitas produk, harga, kualitas pelayanan & kepuasan komsumen.***

## ABSTRACT

**Oswaldus Wenggo Wara, 2018410593. The Effect of Promotion Mix on Consumer Satisfaction in Online Shopping at the Shopee Marketplace (Case Study on Elly Sandra's Entrusted Service Customers). .Ende script. Advisor I Dr. Avianita Rachamawati, S. Sos., MM, Advisor II Maria Endang Jamu SE.,MM. Management Study Program. Faculty of Economics. Flores University. 2023**

---

The purpose of this study was to determine the effect of the promotional mix carried out by marketplace shopee on consumer satisfaction (Titip Elly Sandra Service customers). The sampling technique used a purposive sampling technique. Data collection techniques used questionnaires and observation and documentation, while data analysis used multiple linear regression analysis

Statistical test results of the influence of the promotional mix (x1) on consumer satisfaction (customers of Titip Elly Sandra Services) (Y) of  $3.387 > 1.98667$  and a significance value of  $0.001 > 0.05$  It is stated that it has an effect on consumer satisfaction

Based on the results of the research, the promotion mix has an effect on customer satisfaction with Elly Sandra's entrusted services. Based on the results of the regression test, the t value is  $3.387 > t$  table  $1.98667$  and the significance value is  $0.001 < 0.05$ , so it can be explained that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted or the promotion mix ( X) has an effect on consumer satisfaction (Y). With increasing promotions in online shopping on the marketplace shopee.

**Keywords: promotion mix, product quality, price, service quality & consumer satisfaction.**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Teori .....	9
2.1.1 Pemasaran .....	9
2.1.2 Bauran Promosi.....	10
2.1.2.1 Pengertian Bauran Promosi .....	10
2.1.2.2 Indikator Bauran Promosi.....	11
2.1.2.3Alat- Alat SalesBauran Promosi.....	12
2.1.2.4Manfaat Promosi .....	14

2.1.3 Kepuasan Konsumen .....	15
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	15
2.1.3.2 Indikator Kepuasan Konsumen .....	16
2.1.3.3 Faktor- Faktor Kepuasan Pelanggan .....	17
2.1.3.4 Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran .....	21
2.5 Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	22
3.2 Lokasi Penelitian .....	22
3.3 Populasi dan Sampel .....	22
3.3.1 Populasi .....	22
3.3.2 Sampel .....	23
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	24
3.4 Defenisi Operasional Variabel .....	24
3.5 Jenis Data dan Sumber Data .....	25
3.5.1 Jenis Data .....	25
3.5.2 Sumber Data .....	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.6.1 Observasi .....	25
3.6.2 Kueisoner .....	25
3.6.3 Dokumentasi .....	26
3.7 Instrumen Penelitian .....	26

3.8 Teknik analisis data .....	26
3.8.1 Uji Validitas .....	27
3.8.2 Uji Realibilitas .....	27
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	28
3.8.3.1 Uji Linearitas .....	28
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas .....	28
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	29
3.8.3.4 Uji Normalitas .....	29
3.8.4 Analisis Linear Berganda .....	29
3.8.5 Uji Hipotesis .....	30
3.8.5.1 Uji t .....	30
3.8.5.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Jasa Titip Elly Sandra.....	32
4.2 Deskripsi Data Responden .....	32
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pemberlian .....	36
4.3 Uji Instrumen Penelitian .....	37
4.3.1 Uji Validitas .....	37
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	38
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	40

4.4.1 Uji Linearitas .....	40
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	41
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	42
4.4.4 Uji Normalitas .....	43
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	44
4.5.1 Uji parsial (t).....	45
4.5.2 Uji F ( Simultan) .....	46
4.5.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	46
4.6 Pembahasan Dan Hasil Penelitian .....	47
4.6.1 Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	47
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>49</b>
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 1.1 Diagram Penjualan Shopee .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Oprasional Variabel .....	24
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Data .....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.3 Karakteristi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas .....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Spearman .....	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	44
Tabel 4.12 Hasil Uji T .....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	46

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Data Pembanding .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	21
Diagram 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	33
Diagram 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Diagram 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
Diagram 4.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	36