

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan ridho-Nya yang selalu menyertai penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Brand Image* dan *E-Service-Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia (Studi Kasus di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat)** yang diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S-1) Manajemen, pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Esa Unggul.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, atas doa, saran, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu pada kesempatan yang berharga ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arief Kusuma A.P, MBA selaku Rektor Universitas Esa Unggul.
2. Bapak Dr. MF Arozzi A. SE, M.Si, Akt, CIA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.
3. Bapak Drs. Sugiyanto, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Esa Unggul.
4. Ibu Dr. Endang Ruswanti, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa sabar dan penuh keikhlasan memberikan petunjuk, bimbingan, inspirator dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen pengajar program studi manajemen Universitas Esa Unggul yang telah memberikan bekal ilmu wawasan dan ilmu pengetahuan.
6. Mama dan Bapak yang selalu memberikan dukungan financial maupun doa sehingga memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman senasib super-juangan satu bimbingan, Februana, Ira, Elvita, Edwin, yang selalu kompak, saling mendukung, saling membantu serta saling menyemangati selama masa-masa penyusunan skripsi.
8. Sahabat terbaik dan tersayang, Mia, Vindia, Zahara, Ika, Gati, Dinda, dan Aisyah yang juga selalu memberikan support kepada penulis selama masa kuliah hingga saat ini.
9. Nugie, seseorang yang selalu siap siaga meluangkan waktu dan memberikan tenaganya dalam membantu dan menyemangati penulis.
10. Semua pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuannya dalam terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga juga kemampuan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Jakarta, 26 Februari 2018

Penulis

## ABSTRAK

**Helis Maulisa. Pengaruh *Brand Image* dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat. (Dibimbing oleh Endang Ruswanti)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *brand image* dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data penelitian ini merupakan data primer dengan mengambil sampel pelanggan Tokopedia di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat. Pengumpulan data dilakukan menggunakan *purposive sampling* dengan menyebarkan kepada 145 responden pelanggan Tokopedia. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia (2) *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia (3) *Brand Image* dan *E-Service Quality* berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia (4) *E-Service Quality* merupakan variabel dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, *E-Service Quality*, dan Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

***Helis Maulisa. The influence of Brand Image and E-Service Quality on Tokopedia's Customer Satisfaction in EsaUnggul University, West Jakarta (Guided by Endang Ruswanti).***

*The purpose of this research is to analyze the effect of Brand Image and E-Service Quality through Tokopedia's customer satisfaction. Type of this research is quantitative. This research uses primary data which sampled by customer of Tokopedia in EsaUnggul University. Data collected by purposive sampling with 145 respondents of customer of Tokopedia. The method of this research uses multiple regression analysis.*

*Based on the result of research, it can be concluded that (1) Brand Image have positive and significant influence to Tokopedia's customers satisfaction (2) E-Service Quality have positive and significant influence to Tokopedia's Customers Satisfaction (3) Brand Image and E-Service Quality have a positive influence simultaneously to Tokopedia's Customer Satisfaction (4) E-Service Quality is a dominant variable that influence Tokopedia's Customers Satisfaction in EsaUnggul University, West Jakarta.*

***Keywords: Brand Image, E-Service Quality, and Customer Satisfaction***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah .....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	6
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	7
1.3 Perumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	9
2.1 Tinjauan Teori .....	9
2.1.1 <i>Brand Image</i> .....	9
2.1.1.1 Manfaat Merek .....	15
2.1.1.2 Pengukuran Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	17
2.1.2 <i>E-Service Quality</i> .....	19
2.1.2.1 Pengertian <i>E-Service Quality</i> .....	19
2.1.2.2 Dimensi <i>E-Service Quality</i> .....	24
2.1.3 Kepuasan Pelanggan .....	25
2.1.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan .....	25
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	26
2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	29
2.3.1 Hubungan <i>Brand Image</i> dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	29
2.3.2 Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Kepuasan Pelanggan .....	29
2.3.3 Hubungan <i>E-Service Quality</i> dengan Kepuasan Pelanggan .....	30
2.4 Hipotesis .....	30
2.5 Model Penelitian .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	32
3.1 Desain Riset .....	32

3.2	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.2.1	Jenis Data.....	32
3.2.2	Sumber Data.....	33
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.3.1	Populasi.....	33
3.3.2	Sampel.....	34
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.4	Unit Analisis.....	35
3.5	Operasional Variabel.....	35
3.6	Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1	Uji Kualitas Data.....	38
3.6.1.1	Uji Validitas.....	38
3.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	39
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	40
3.6.2.2	Uji Multikolinearitas.....	41
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.6.3	Uji Hipotesis.....	42
3.6.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.6.3.2	Uji F.....	43
3.6.3.3	Uji t.....	43
3.6.3.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	46
4.1.1	Deskriptif Data atau Karakteristik Responden.....	46
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48
4.1.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi.....	49
4.1.2	Uji Instrumen.....	49
4.1.2.1	Uji Validitas.....	49
4.1.2.2	Uji Reliabilitas.....	52
4.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	53
4.1.3.1	Uji Normalitas.....	53
4.1.3.2	Uji Multikolinearitas.....	55
4.1.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.1.4	Uji Hipotesis.....	57
4.1.4.1	Regresi Linier Berganda.....	57
4.1.4.2	Uji F.....	59
4.1.4.3	Uji t.....	61
4.1.4.4	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	62
4.2	Pembahasan.....	63
4.2.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	63
4.2.2	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	65
4.2.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	66

4.2.4	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Sebagai Faktor Yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	67
4.3	Temuan Penelitian .....	67
4.4	Keterbatasan Penelitian .....	68
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN</b> .....	<b>69</b>
5.1	Kesimpulan .....	69
5.2	Saran .....	70
5.3	Implikasi Penelitian .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Situs Jual Beli Online Fashion di Indonesia Tahun 2017.....	2
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i> .....	33
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.6 Nilai <i>Range</i> Uji Reliabilitas .....	40
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	47
Tabel 4.2 Usia Responden.....	47
Tabel 4.3 Pendapatan Responden .....	48
Tabel 4.4 Transaksi Responden .....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov .....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Glejser .....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	61
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Hasil Pra Survey <i>Brand Image</i> Tokopedia.....	3
Gambar I.2	Hasil Pra Survey <i>E-Service Quality</i> Tokopedia.....	4
Gambar II.1	Model Penelitian .....	31
Gambar IV.1	Uji Normalitas.....	53
Gambar IV.2	Uji Heteroskedastisitas.....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Pra Survey.....	76
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian .....	78
Lampiran 3	Data Tabulasi Karakteristik 30 Responden.....	81
Lampiran 4	Data Tabulasi Karakteristik 145 Responden.....	81
Lampiran 5	Data Tabulasi 30 Responden.....	82
Lampiran 6	Data Tabulasi 145 Responden.....	84
Lampiran 7	Hasil Uji Kualitas Data .....	91
Lampiran 8	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	97
Lampiran 9	Hasil Uji Hipotesis .....	100