

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*,  
DAN *E-SERVICE QUALITY*  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus Pengguna *Marketplace* Shopee Mahasiswa  
STEI)**

**SKRIPSI**

**YOGA PRASETYO  
21207650001**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA  
2022**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*,  
DAN *E-SERVICE QUALITY*  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus Pengguna *Marketplace* Shopee Mahasiswa  
STEI)**

**SKRIPSI**

**YOGA PRASETYO  
21207650001**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus Pengguna *Marketplace* Shopee Mahasiswa STEI)**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi atau pun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Bekasi, 22 Juni 2022



**YOGA PRASETYO**  
NPM 21207650001

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

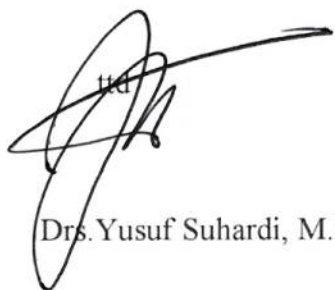
Skripsi dengan Judul:

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus Pengguna *Marketplace* Shopee Mahasiswa STEI)**

Di buat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Bekasi, 22 Juni 2022

Pembimbing,



Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM

Kepala Program Studi S-1  
Manajemen,



M. Ramaditya, BBA., M.Sc.




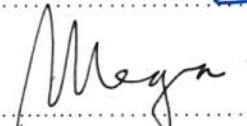
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus Pengguna *Marketplace* Shopee Mahasiswa STEI)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal ..07 Juli 2022.. dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1.  .....; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  .....; Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM  
(Pembimbing)
3.  .....; Ir. Gimangar Syamsuar, ME  
(Anggota Penguji)
4.  .....; Megayani, SE., MM  
(Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia- Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi S-1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan kali ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Drs.Yusuf Suhardi, M.Si, MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME dan ibu Megayani, SE., MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Segenap dosen Program Studi S-1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
6. Seluruh pihak yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
7. Kedua Orang tua serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada peneliti.
8. Istri tercinta Retnoningsih serta anak-anak tersayang yaitu, Risthalia Nur Sabina dan Ramsey Jusuf Aizhar yang selalu menjadi penyemangat dan motivasi bagi peneliti.

9. Seluruh rekan kerja di departemen logistik pada PT. International Paint Indonesia yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Saudara Virna Estriana dan saudara Dinny Anggraeni selaku sahabat yang telah meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam menyusun skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat banyak kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Bekasi, 22 Juni 2022



**YOGA PRASETYO**  
NPM 21207650001

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yoga Prasetyo  
NPM : 21207650001  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH *BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus Pengguna *Marketplace* Shopee Mahasiswa STEI)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi  
Pada tanggal : 22 Juni 2022

Yang menyatakan,



Yoga Prasetyo



Yoga Prasetyo  
21207650001  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:  
Drs.Yusuf Suhardi, M.Si, MM

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus Pengguna *Marketplace* Shopee Mahasiswa STEI)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengguna *Marketplace* Shopee Mahasiswa STEI.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan *desain non probability sampling*, Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 100 konsumen, dihitung berdasarkan rumus Rao Purba. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis kuantitatif dengan menggunakan statistik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Brand Awareness* terhadap kepuasan pelanggan pada *Marketplace* Shopee. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Brand Image* terhadap kepuasan pelanggan pada *Marketplace* Shopee. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan pada *Marketplace* Shopee.

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

Yoga Prasetyo  
21207650001  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:  
Drs.Yusuf Suhardi, M.Si, MM

***THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, AND E-SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION  
(A Case Study of Shopee Marketplace Users By STEI Students)***

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the effect of Brand Awareness, Brand Image, and E-Service Quality on customer satisfaction. The population in this study are Shopee Marketplace Users by STEI Students.*

*Sampling in this study used a non-probability sampling design. The sample used was 100 consumers, calculated based on the Rao Purba formula. Methods of data collection using survey methods, with the research instrument is a questionnaire. Quantitative analysis method using statistics.*

*The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between Brand Awareness on customer satisfaction in the Shopee Marketplace. There is a positive and significant influence between Brand Image on customer satisfaction in the Shopee Marketplace. There is a positive and significant influence between E-Service Quality on customer satisfaction in the Shopee Marketplace.*

*Keywords: Brands Awareness, Brand Image, E-Service Quality, Customer Satisfaction, Shopee*

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiv</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	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	<b>9</b>
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Manajemen Pemasaran	9
2.1.2. <i>Brand Awareness</i>	10
2.1.2.1. Indikator Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> )	11
2.1.3. <i>Brand Image</i>	12
2.1.3.1. Pengertian <i>Brand Image</i>	12
2.1.3.2. Indikator <i>Brand Image</i>	13
2.1.4. <i>E-Service Quality</i>	14
2.1.4.1. Pengertian <i>E-Service Quality</i>	14
2.1.4.2. Keterampilan Dasar <i>Service</i>	15
2.1.4.3. Indikator <i>E-Service Quality</i>	16
2.1.5. Kepuasan Pelanggan	17
2.1.5.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	17
2.1.5.2. Indikator Kepuasan Pelanggan	17
2.2. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian	23
2.3.1. Kerangka Fikir Penelitian	23
2.3.2. Hipotesis	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>25</b>
3.1. Rancangan Penelitian	25
3.1.1. Pendekatan Penelitian	25
3.1.2. Jenis / Format Penelitian	25
3.1.3. Metode Penelitian	26
3.2. Populasi dan Sampel	26
3.2.1. Populasi Penelitian	26
3.2.2. Sampel Penelitian	27

3.3. Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1. Data Primer	29
3.3.2. Data Sekunder	29
3.4. Kerangka Konsep	29
3.4.1. Variabel <i>Independen</i> (Eksogen)	29
3.4.2. Variabel <i>Dependen</i> (Endogen)	30
3.5. Operasional Variabel	30
3.5.1. Skala Pengukuran	33
3.6. Metode Analisis Data	34
3.6.1. Analisis Deskriptif	34
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	34
3.6.2.1. Uji Normalitas Data	34
3.6.2.2. Uji Multikolinieritas	35
3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas	35
3.7. Pengujian Hipotesis	36
3.7.1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	36
3.7.2. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>38</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	38
4.2. Analisis Deskriptif Responden	39
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	39
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	40
4.3. Hasil Uji Deskriptif	41
4.4. Metode Analisis Data	44
4.4.1. Uji Validitas	44
4.4.2. Uji Reliabilitas	46
4.5. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	47
4.5.1. Hasil Uji Normalitas	47
4.5.2. Hasil Uji Multikolinieritas	47
4.5.3. Hasil Uji Heterokedastisitas	48
4.6. Hasil Uji Hipotesis	49
4.6.1. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	49
4.6.2. Hasil Uji Hipotesis T (Parsial)	51
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian	52
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>56</b>
5.1. Simpulan	56
5.2. Saran	56
5.3. Keterbatasan Penelitian	57
<b>DAFTAR REFERENSI</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>62</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1. Data Pra Survei Variabel	5
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel <i>Brand Awareness</i>	31
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel <i>Brand Image</i>	31
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel <i>Service Quality</i>	32
Tabel 3.4. Operasionalisasi Variabel Kepuasan Konsumen	33
Tabel 3.5. Skala Pengukuran Likert	33
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Jenis Usia	40
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	41
Tabel 4.5. Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Brand Awareness</i>	41
Tabel 4.6. Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4.7. Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	43
Tabel 4.8. Hasil Uji Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan	43
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.10. Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolonieritas	48
Tabel 4.13. Hasil Uji <i>Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)</i>	50
Tabel 4.14. Hasil Uji <i>Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) Brand Awareness</i>	50
Tabel 4.15. Hasil Uji <i>Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) Brand Image</i>	50
Tabel 4.16. Hasil Uji <i>Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) E-Service Quality</i>	51
Tabel 4.17. Hasil Uji T (Parsial)	51

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1. 5 Top aplikasi	2
Gambar 1.2. Peta Persaingan <i>E-Commerce</i> di Indonesia	3
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1. Hasil Uji <i>Heterokedastisitas Scatter Plot</i>	49

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 2. Tabulasi Data	69
Lampiran 3. Hasil Uji Analisis data	78