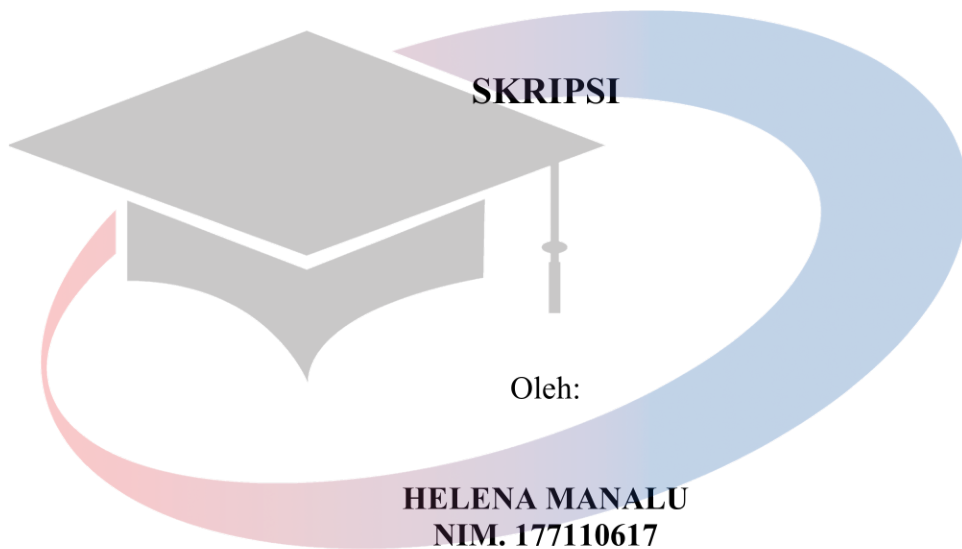


**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI PENJUALAN DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
TOKOPEDIA DI KELURAHAN LUBUK PAKAM 3**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKOPEDIA DI  
KELURAHAN LUBUK PAKAM 3**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh:

**HELENA MANALU**  
NIM.177110617

Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing I



(Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si)

Medan, 10 Juli 2023

Diketahui dan Disahkan Oleh:  
Ketua Program Studi Manajemen,



(Suci Pertiwi, S.E., M.Si)

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Universitas Mikroskil Prodi Manajemen SI dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Helena Manalu  
NIM : 177110617  
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia di Kelurahan Lubuk Pakam 3

Tempat Penelitian : Kelurahan Lubuk Pakam 3

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar. Bila dikemudian hari memang terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakan (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan, yakni Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 10 Juli 2023  
Saya yang membuat pernyataan



Helena Manalu

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat-Nya lah Penulis dapat menyelesaikan sebuah karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia di Kelurahan Lubuk Pakam 3”**. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama Penulis menyusun skripsi ini. Pada kesempatan ini, Penulis dengan segala ketulusan dan kerendahan hati ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, saran, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Pioner Pelawai, S.E., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, saran, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D selaku rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
6. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.
7. Orang tua penulis, Bapak Helder Manalu dan Ibu Dermawan Situmorang yang telah membesarkan dan mendididk saya yang tidak pernah lelah berjuang keras memberikan nasehat dan dukungan doa. Beserta Kakak dan abang saya, Nova Natalia Manalu, Nora Theodora Manalu , Siska Filadelvia Manalu, Jhosua

Maranatha Manalu, dan keponakan saya Imelda Sihombing, Tania Sihombing, Febri Manalu, Jose Manalu, dan Elsa Hutasoid yang selalu menghibur saya di saat saya merasa lelah dengan kegiatan dan selalu membuat saya tertawa.

8. Kepada rekan-rekan saya teman saya Dameria Sitorus, Cintania Sembiring, Nickita Tobing, Wardhani, yang sudah membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, yang banyak membantu saya jikalau saya bingung dalam penulisan skripsi.
9. Kepada kakak saya Shindy saya juga berterima kasih yang sudah ada untuk membantu dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga saya bisa menyelesaikannya dengan baik.
10. Kepada teman-teman dan rekan-rekan satu pelayanan GBICORKROMINOTO dan Growth Community beserta kakak dan abang rohani saya yang sangat baik dalam mendukung iman dan spiritual saya selalu, mendoakan dan memberikan semangat untuk saya mampu menyelesaikan penulisan skripsi tersebut.
11. Kepada Adikrohani Kirana Zentrato, Jessica Simatupang, Elsa Roida Tampubolon, Tasya Simatupang, Mena Silalahi, yang sudah sangat berjerih lelah menemani saya begadang dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, berkat dorongan motivasi dari kalian, penulisan ini dapat dikerjakan dengan baik.
12. Kepada abang saya yang paling besar Roy Chard Manalu dan abang ipar saya Halason Hutasoid yang selalu mendukung saya dan menanyakan keadaan saya jika saya dalam keadaan sakit, senang dan duka, serta berkat arahan abang saya, Penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa yang akan datang. Semoga Skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan khususnya Kelurahan Lubuk Pakam 3.

Medan, 10 Juli 2023

Penulis,

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga, promosi dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia di Kelurahan Lubuk Pakam 3, baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik penentuan sampel pada penelitian menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel adalah rumus *Slovin*, dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap 100 sampel yaitu pada masyarakat Kelurahan Lubuk Pakam 3. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel persepsi harga, promosi penjualan dan citra merek berpengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia di Kelurahan Lubuk Pakam 3. Hasil pengujian secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel persepsi harga, promosi penjualan dan citra merek berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia di Kelurahan Lubuk Pakam 3.

**Kata Kunci:** *Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Ruang Lingkup.....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.6 Originalitas Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.1.2 Konsep Dasar Pemasaran .....	13
2.1.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.2.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.2.2 Faktor-faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan .....	23
2.1.2.3 Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan .....	24
2.1.2.4 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	26
2.1.3 Pengertian Persepsi Harga.....	26
2.1.3.1 Metode Penetapan Harga.....	27
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga.....	28
2.1.3.3 Indikator-Indikator Harga.....	29
2.1.4 Pengertian Promosi Penjualan.....	29
2.1.4.1 Fungsi Promosi .....	30
2.1.4.2 Tujuan Promosi.....	31
2.1.4.4 Bauran Promosi .....	32
2.1.4.5 Indikator Promosi .....	33
2.1.5 Pengertian Citra Merek.....	33

2.1.5.1 Faktor yang Membentuk Citra Merek .....	34
2.1.5.2 Indikator Citra Merek .....	35
2.2 <i>Review</i> Peneliti Terdahulu .....	36
2.3 Kerangka Konseptual.....	42
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	43
2.4.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	43
2.4.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	44
2.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	44
2.4.4 Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	45
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Objek Penelitian.....	46
3.3 Populasi dan Sampel.....	46
3.3.1 Populasi .....	46
3.3.2 Sampel .....	47
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Penelitian Lapangan ( <i>Field Research</i> ) .....	48
3.4.2 Studi Kepustakaan .....	49
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	50
3.6 Metode Analisis Data.....	51
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	52
3.6.2 Analisis Kualitas Data .....	52
3.6.2.1 Uji Validitas.....	52
3.6.2.2 Uji Reliabilitas.....	53
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	53
3.6.3.1 Uji Normalitas .....	53
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas.....	54
3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	54
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	55
3.6.5 Uji Hipotesis .....	55
3.6.5.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	55
3.6.5.2 Pengujian Secara Bersama (Uji F).....	56
3.6.5.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>



4.1 Hasil Penelitian .....	58
4.1.1 Karakteristik Responden .....	58
4.1.2 Hasil Statistik Deskriptif .....	59
4.1.3 Hasil Uji Kualitas Data.....	64
4.1.3.1 Uji Validitas.....	64
4.1.3.2 Uji Reliabilitas .....	65
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
4.1.4.1 Uji Normalitas .....	65
4.1.4.2 Uji Multikolinearitas.....	67
4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	68
4.1.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	69
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis .....	71
4.1.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	71
4.1.6.2 Pengujian Hipotesisi Secara Simultan (Uji F) .....	71
4.1.6.3 Uji Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ) .....	72
4.2 Pembahasan.....	73
4.2.1 Pengaruh Persepsi harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	73
4.2.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	74
4.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	75
4.2.4 Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>78</b>
5.1 Kesimpulan .....	78
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual .....	43
Gambar 2 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram.....	66
Gambar 3 Hasil Uji Normalitas dengan <i>Probability Plot</i> .....	66
Gambar 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i> .....	68



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data <i>E-Commerce</i> Indonesia Tahun 2022 .....	2
Tabel 2	<i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3	Skala <i>Likert</i> .....	49
Tabel 4	Defenisi Operasional Variabel .....	50
Tabel 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 7	Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	59
Tabel 8	Hasil Statistik Deskriptif Persepsi Harga.....	60
Tabel 9	Hasil Statistik Deskriptif Promosi Penjualan.....	61
Tabel 10	Hasil Statistik Deskriptif Citra Merek .....	62
Tabel 11	Hasil Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan .....	63
Tabel 12	Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 13	Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 14	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	67
Tabel 15	Hasil Uji Multikolinearitas .....	67
Tabel 16	Hasil Uji <i>Glejser</i> .....	69
Tabel 17	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	70
Tabel 18	Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t) .....	71
Tabel 19	Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F) .....	72
Tabel 20	Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	72

# UNIVERSITAS MIKROSKIL