

**Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan *E-commerce* Terhadap
Kepuasan Konsumen Produk *Skincare* Pada Shopee
(Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)**

Nama : Veronica Putri Wicaksono

Jurusan/Program Studi : Ilmu Ekonomi / Ekonomi Pembangunan

Pembimbing : Firman Rosjadi Djoemadi S.E., M.T. dan Olivia Tanaya S.E.,
M.B.A.

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan penilaian yang diberikan oleh konsumen. Adapun kepuasan konsumen atas produk *skincare* pada Shopee dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya promosi dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk *skincare* pada Shopee yang ditujukan pada mahasiswa di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda dengan mahasiswa yang berkuliah di Surabaya atau berdomisili di Surabaya sebagai populasi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 responden dengan pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Perolehan data awalnya berbentuk ordinal, kemudian data yang didapatkan diubah menjadi berbentuk interval. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh dari persepsi promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dalam pengujian koefisien determinasi pada penelitian menghasilkan nilai sebesar 0,417 atau 41,7% yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dari promosi dan kualitas pelayanan (variabel independen) terhadap kepuasan konsumen (variabel dependen) dan 58,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

Kata kunci: promosi, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, *skincare*, *e-commerce*, Shopee

The Analysis Of Promotion And Quality Of E-commerce Service On Consumer Satisfaction Of Skincare Products At Shopee

(A Case Study of University Students in Surabaya)

Name : Veronica Putri Wicaksono

Dicipline/Study Program : Economics/Economic Development

Contributor : Firman Rosjadi Djoemadi S.E., M.T. dan Olivia Tanaya S.E., M.B.A.

ABSTRACT

Consumer satisfaction is a assessment given by consumers. Consumer satisfaction with skincare products at Shopee can be influenced by several factors, including promotion and service quality. This research aims to analyze the effect of promotion and service quality on consumer satisfaction with skincare products at Shopee aimed at students in Surabaya. This research uses quantitative methods with data collection through questionnaires. This study uses multiple regression analysis methods with students studying in Surabaya or domiciled in Surabaya as the population, the sample used in this study was 96 respondents with sampling using the purposive sampling method. At first the data acquisition is in ordinal form, then the data obtained is converted into interval form. The results showed that there was an effect of promotion perception and service quality on consumer satisfaction. Testing the coefficient of determination in the study resulted in a value of 0.417 or 41.7% which means that there is a strong influence of promotion and service quality (independent variable) on consumer satisfaction (dependent variable) and the remaining 58.3% is influenced by other variables.

Keywords : promotion, service quality, consumer satisfaction, skincare, e-commerce, Shopee