

**Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Shopee di Jakarta**

**Tugas Akhir**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu komunikasi (S.I.Kom)**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**OLEH:**

**Nicholas Wilvain Silalahi**

**1211913004**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**2022**

## HALAMAN PERNAYATAAN ORISINALITAS

**Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Nicholas Wilvain Silalahi**

**NIM : 1211913004**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 20 Februari 2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini di ajukan oleh :

Nama : Nicholas Wilvain Silalahi

NIM : 1211913004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE DI JAKARTA

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan di terima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Ibu Dr. Nina Widiyawati, M.Si (  )

Pembimbing II :

Penguji I : Kussusanti, M.Si., CDM., Dr. (  )

Penguji II : Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si., Dr (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Februari 2023

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya, Tugas akhir ini dapat diselesaikan. Penelitian Tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunika Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini bukanlah hasil semata tanpa bantuan, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, sehingga dapat terselesaikan tepat waktu.
2. Kedua orangtua yang selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materiil serta kakak yang selalu memotivasi dan memberikan banyak informasi kepada penulis.
3. Ibu Dr. Nina Widiyawati, M.Si atas waktu dan kesempatannya pada penulis dalam memberikan arahan dan bimbingan selama masa penyusunan Tugas Akhir.
4. Kedua saudara kadung Efrina dan Reynaldi yang telah mendoakan dan memberikan dukungan bagi penulis untuk mengerjakan Skripsi ini.
5. Ambar sarastri yang selalu ysnng telah dengan tulus memberikan semangat, motivasi dan menemani penulis saat mengerjakan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh teman-teman terutama Gilang, Habib, Yngwi dan satria serta teman-teman Program Studi Ilmu komunikasi yang senantiasa mendoakan dan memberikan motivasi bagi penulis untuk mengerjakan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini baik dari segi materi maupun teknis penulisan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka akan kritik dan saran yang membangun diri para pembaca. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat.

Jakarta, ...../..... 2023

Penulis



Nicholas Wilvain Silalahi

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nicholas Wilvain Silalahi  
NIM : 1211913004  
Program Studi : Ilmu Komunikasi dan Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikas kepada Universitas Bakrie *Hak Bebas Royaltie Noneksklusif ( Non-Exclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **Analisis pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Jakarta**

Beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalty Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyiman, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di :Jakarta

Pada Tanggal : 20 Februari 2023

Yang menyatakan



(Nicholas Wilvain Silalahi)

# **Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Jakarta**

Nicholas Wilvain Silalahi

---

## **ABSTRAK**

*Kepuasan pelanggan terus menjadi prioritas utama dalam dunia e-commerce dan menjadi faktor yang sangat penting untuk kesuksesan e-commerce. Shopee merupakan salah satu e-commerce yang meramaikan segmen mobile marketplace melalui aplikasi mobile untuk mempermudah transaksi jual beli melalui perangkat ponsel. Namun, masih banyak keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi shopee sehingga berdampak pada kepuasan penggunaannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan berdasarkan pengaruh komunikasi pemasaran terpadu. Populasi penelitian ini adalah pengguna aplikasi shopee di wilayah DKI Jakarta sebagai pembeli dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Sementara analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sales promotion, direct marketing, interactive/ online marketing, dan personal selling terhadap kepuasan pelanggan serta kepemimpinan dan stress kerja secara simultan memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan.*

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Komunikasi Pemasaran dan *E-commerce*

# **Analysis of the Effect of Integrated Marketing Communication on Shopee Customer Satisfaction in Jakarta**

Nicholas Wilvain Silalahi

---

## **ABSTRACT**

*Customer satisfaction continues to be a top priority in the world of e-commerce and is a very important factor for e-commerce success. Shopee is an e-commerce company that enlivens the mobile marketplace segment through a mobile application to facilitate buying and selling transactions via mobile devices. However, there are still many complaints that are felt by users of the Shopee application, so it has an impact on user satisfaction. Therefore, this study aims to determine how much customer satisfaction is based on the influence of integrated marketing communications. The population of this study were users of the Shopee application in the DKI Jakarta area as buyers, using a purposive sampling technique. while data analysis uses multiple regression analysis using SPSS version 25. The results of this study show that there is a positive and significant influence between sales promotion, direct marketing, interactive/online marketing, and personal selling on customer satisfaction, with leadership and work stress also simultaneously contributing to customer satisfaction.*

*Keywords: Customer Satisfaction, Marketing Communications and E-commerce*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>5</b>
1.4.1 Manfaat Praktis .....	<b>5</b>
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	<b>5</b>
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>6</b>
2.1. Kajian Teori .....	<b>6</b>
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	<b>6</b>
2.1.2 Kepuasan Pelanggan .....	<b>9</b>
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	<b>11</b>
2.3 Model Kerangka Hipotesis .....	<b>18</b>
2.4 Hipotesis .....	<b>18</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>20</b>
3.1 Desain dan Pendekatan Peneliatan.....	<b>20</b>
3.2 Populasi dan Sampling.....	<b>20</b>
3.3 Pengumpulan Data dan Pengukuran .....	<b>21</b>
3.4 Analisis Data .....	<b>22</b>
3.4.1 Uji Instrumen .....	<b>22</b>
3.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	<b>23</b>
3.4.3 Analisis Liner Berganda.....	<b>24</b>
3.4.4 Uji Hipotesis .....	<b>25</b>



3.4.5	Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	26
3.5	Teknik Penguji Keabsahan Data.....	26
3.6	Operasionalisasi Variabel .....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>30</b>
4.1	Gambaran Konteks penelitian.....	30
4.1.1	Karakteristik Responden Pengguna Shopee.....	30
4.1.2	Responden Berdasarkan Usia.....	30
4.1.3	status Pekerjaan Responden .....	31
4.1.4	Pengeluaran Responden Perbulan .....	31
4.2	Penyajian Data .....	32
4.2.1	Uji Validitas Dan Reabilitas .....	32
4.2.2	Uji Asumsi Klasik .....	34
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	38
4.2.4	Uji T (Uji Parisal) .....	41
4.2.5	Uji F ( Uji Simultan).....	43
4.2.6	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44
4.3	Pembahasan dan Diskusi.....	45
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>49</b>
5.1	Kesimpulan .....	49
5.2	Keterbatasan.....	50
5.3	Saran .....	50
5.3.1	Saran Untuk Penelitian Berikutnya.....	51
5.3.2	Saran Untuk Industri/Lembaga/Subyek .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>52</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>53</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	15
<b>Tabel 3.1</b> Skor skala likert.....	22
<b>Tabel 3.2</b> Definisi operasional.....	28
<b>Tabel 4.1</b> Responden pengguna Shopee.....	30
<b>Tabel 4.2</b> Usia responden.....	30
<b>Tabel 4.3</b> Status pekerjaan responden.....	31
<b>Tabel 4.4</b> Pengeluaran responden perbulan.....	31
<b>Tabel 4.5</b> Uji Validitas.....	32
<b>Tabel 4.6</b> Uji Reabilitas.....	33
<b>Tabel 4.7</b> Uji Reabilitas statistik.....	34
<b>Tabel 4.8</b> Hasil uji multikolinieritas.....	36
<b>Tabel 4.9</b> Durbin Waston.....	37
<b>Tabel 4.10</b> Regresi liner berganda.....	38
<b>Tabel 4.11</b> Uji T.....	41
<b>Tabel 4.12</b> Uji F.....	43
<b>Tabel 4.13</b> Uji Koefisien Determinasi.....	44
<b>Tabel 4.14</b> Hipotesis dan Kesimpulan.....	45

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka konseptual penelitian.....	18
<b>Gambar 4.1</b> Grafik Norma Probability plot.....	35
<b>Gambar 4.2</b> Heteroskedasititas .....	37