

ABSTRAK

MOCH. BAGAS DWIPUTRA, 14218179
PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN E-MARKETPLACE TOKOPEDIA
Penulisan Ilmiah. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. 2021.

Pada zaman modern ini, masyarakat semakin dipermudah dengan banyaknya *marketplace* yang memberikan promosi dan pelayanan berbeda-beda. Salah satu *marketplace* yang memberikan promosi dan pelayanan yang memuaskan adalah Tokopedia. Tokopedia didirikan pada tahun 2009 dan menjadi salah satu perusahaan yang berkembang sangat pesat hingga saat ini. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuisioner secara langsung kepada responden dengan sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan untuk menganalisis data yaitu menggunakan Uji Validitas, Reliabilitas, Asumsi Klasik, Normalitas, Multikolinearitas, Heterokedastisitas, Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji F dan Uji T. Untuk kemudian diolah menggunakan SPSS Ver. 26.

Berdasarkan hasil Uji T dengan tingkat signifikan 0,05 diperoleh hasil variabel promosi $0,000 < 0,05$ yang berarti variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan diperoleh hasil $0,000 < 0,05$ yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk Uji F variabel promosi dan kualitas pelayanan diperoleh hasil $0,000 < 0,05$ yang berarti secara bersama-sama variabel promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *E-marketplace*, Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.
Daftar pustaka (1996-2020)