

**PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA, KEBERAGAMAN
PRODUK, DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ENVIO STORE**



Oleh:

RIKA DWI RISNAWATI

NPM: 21.1.02.80096

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA, KEBERAGAMAN
PRODUK, DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ENVIO STORE**



Oleh:

RIKA DWI RISNAWATI

NPM: 21.1.02.80096

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA, KEBERAGAMAN
PRODUK, DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ENVIO STORE**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Oleh :

RIKA DWI RISNAWATI

NPM : 21.1.02.80096

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA, KEBERAGAMAN
PRODUK, DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ENVIO STORE**

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

RIKA DWI RISNAWATI

NPM: 21.1.02.80096

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal 15 Maret 2025

Susunan Tim Penguji:

Ketua : Prof. Dr. Triyonowati, M. Si
Anggota : 1. Widhi Ariestianti Rochdianingrum, S.E., M.M
2. Yesa Cahyaning Ramadhani, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Widhi Ariestianti Rochdianingrum, S.E., M.M



Prof. Dr. Suwitho, M.Si


Ketua STIESIA

Prof. Dr. Nur Fadjrih Asyik, SE., M.Si., AK., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **RIKA DWI RISNAWATI**

NPM : **21.1.02.80096**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA, KEBERAGAMAN PRODUK,
DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ENVIO
STORE**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 15 Maret 2025 , adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan dari orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijaza yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 15 Maret 2025

Yang membuat pernyataan,



RIKA DWI RISNAWATI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Rika Dwi Risnawati
NPM : 2110280096
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 18 Maret 2003
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 (dua)/ 2 (dua)
Alamat Rumah : Jl. Rungkut Asri Utara XVI RL 3i No: 6
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Suhardi
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Rungkut Asri Utara XVI RL 3i No: 6
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Karyawan Swasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD : SDN Kalirungkut IV 2009 – 2015
2. Tamat SLTP : SMP Ipiems Surabaya 2015 – 2018
3. Tamat SLTA : SMA Dharma Wanita Surabaya 2018 – 2021
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Jl. Menur Pumpungan No. 30 Surabaya	I - VII	2021 - 2025	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Tahun
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

RIKA DWI RISNAWATI

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA, KEBERAGAMAN PRODUK, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ENVIO STORE”**. Penulisan skripsi ini digunakan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana manajemen dan menyelesaikan program studi Strata satu (S1) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari doa, arahan, dukungan, saran dan bimbingan dari semua pihak, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Nur Fadrih Asyik, SE., M.Si., Ak., CA. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Prof. Dr. Suwitho, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Widhi Ariestianti Rochdianingrum, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan, saran, pengarahan, ilmu, dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
4. Novianto Eko Nugroho, S.E., M. PSDM. Selaku Dosen Wali SM 2 yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan selama masa perkuliahan.

5. Bapak/Ibu Dosen serta seluruh Staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuannya selama masa perkuliahan.
6. Bagus Noorman, selaku Supervisor (SPV) Envio Store yang telah memberikan izin untuk melakukan riset.
7. Kedua orang tua penulis tercinta yang telah memberikan kelimpahan kasih sayang, memberikan banyak dukungan, semangat, perhatian, maupun finansial, serta selalu mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan sesuai yang diharapkan. Penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada kedua orang tua penulis yang selalu mengusahakan untuk anak-anaknya menjadi sarjana, walaupun beliau tidak merasakan pendidikan sampai dibangku perkuliahan.
8. Kakak penulis Hartina Zuli Linda Wati S.Ak. yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk terus yakin dan berjuang agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat seperjuangan penulis Nisa, Fida, Nevy, Asiyah, dan Sasha yang menemani penulis dari bangku perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini, dengan memberikan masukan, bantuan, serta dukungan untuk penulis.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, bantuan, dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan, penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan pengalaman dan kemampuan, memungkinkan bentuk maupun isi dalam skripsi ini masih jauh

dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat serta menambah informasi berbagai pihak yang menggunakan skripsi ini.

Surabaya, 28 Februari 2025

Penulis,

Rika Dwi Risnawati



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	xvii
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Tinjauan Teoritis.....	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	13
2.1.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	15
2.1.5 Produk (<i>Product</i>).....	21
2.1.6 Orang (<i>People</i>)	25
2.1.7 Perilaku Konsumen	30
2.1.8 Kepuasan Pelanggan	30

2.2	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3	Rerangka Konseptual	38
2.4	Pengembangan Hipotesis	38
2.4.1	Pengaruh Promosi Sosial Media Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	39
2.4.2	Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan ...	40
2.4.3	Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	41
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek Penelitian)	42
3.1.1	Jenis Penelitian.....	42
3.1.2	Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian.....	43
3.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.2.1	Teknik Sampling	43
3.2.2	Penentuan Jumlah Anggota Sampel.....	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data	45
3.3.1	Jenis Data	45
3.3.2	Sumber Data.....	45
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	46
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	47
3.4.1	Variabel.....	47
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	48
3.5	Teknik Analisis Data	54
3.5.1	Uji Instrumen Data.....	54
3.5.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	57
3.5.4	Uji Kelayakan Model	58
3.5.5	Pengujian Hipotesis.....	60
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Hasil Penelitian	61
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	61
4.1.2	Gambaran Umum dan Subyek Penelitian	62
4.2	Analisis Data	67

4.2.1	Analisis Deskriptif	67
4.2.2	Uji Instrumen Data	78
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	82
4.2.5	Uji Kelayakan Model	84
4.2.6	Pengujian Hipotesis.....	86
4.3	Pembahasan	87
4.3.1	Pengaruh Promosi Sosial Media Terhadap Kepuasan Pelanggan...	87
4.3.2	Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan ...	88
4.3.3	Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	89
BAB 5	PENUTUP	92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Keterbatasan	93
5.3	Saran.....	94
JADWAL PENELITIAN.....		96
DAFTAR PUSTAKA.....		96
DAFTAR LAMPIRAN.....		103

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Penelitian Terdahulu	34
2 Kelas Interval	47
3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Dibeli	65
7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	65
8 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	67
9 Kelas Interval	68
10 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Promosi Sosial Media.....	69
11 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keberagaman Produk	71
12 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pelayanan.....	73
13 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kepuasan Pelanggan.....	76
14 Hasil Uji Validitas.....	78
15 Uji Reliabilitas	80
16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	81
17 Hasil Uji Normalitas	83
18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	84
20 Hasil Uji F.....	85
21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85
22 Hasil Uji t.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Penilaian Rating Pelanggan dari Google Review pada Tahun 2024	3
2 Penilaian Rating Pelanggan dari Tiktok Shop pada Tahun 2024.....	4
3 Jumlah Pengikut Instagram di Media Sosial pada Tahun 2024	4
4 Rarangka Konseptual	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Kuesioner Responden.....	103
2 Hasil Tabulasi Data Kuesioner.....	109
3 Deskriptif Responden.....	119
4 Deskriptif Variabel.....	121
5 Uji Validitas	129
6 Uji Reliabilitas	134
7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	136
8 Uji Normalitas.....	136
9 Uji Multikolinearitas.....	137
10 Uji Heteroskedastisitas.....	137
11 Uji F, Uji Koefisien Determinan R^2	138
12 Uji t	138



