



Unipa Surabaya

UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

SKRIPSI

PENGARUH *STRATEGY MARKETING*, *AFTERSALES SERVICE*, DAN *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK IMPLORA (STUDI PADA FOLLOWERS SHOPEE BRAND IMPLORA)

Fina Fiolindah
191500121

Dosen Pembimbing
Sutama Wisnu Dyatmika, S.E., M.M

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS**

2023

**PENGARUH *STRATEGY MARKETING, AFTER SALES SERVICE, DAN BRAND EXPERIENCE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PRODUK IMPLORA
(STUDI PADA FOLLOWERS SHOPEE BRAND
IMPLORA)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**FINA FIOLINDAH
191500121**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANASURABAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Strategy Marketing, After Sales Service, dan Brand Experience* Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Implora (Studi Pada Followers Shopee Brand Implora)

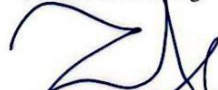
Identitas Mahasiswa

a. Nama : Fina Fiolindah
b. NIM : 191500121
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 7 Maret 2023

Dosen Pembimbing,



Sutama Wisnu Dyatmika, S.E., M.M.
NIR.1507732/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya :

Nama : Fina Fiolindah
Nim : 191500121
Judul Skripsi : Pengaruh Strategy Marketing, After Sales Service, dan Brand Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Implora (Studi Kasus Pada Followers Shopee Brand Implora).
Hari : Jum'at
Tanggal :31 Maret
Tahun :2023

Penguji I



Tony Susilo Wibowo, S.E.,MPd.,M.SM
NPP.0709494/DY

Penguji II



Siti Samsiyah, S.E.,M.M
NPP.1511749/DY

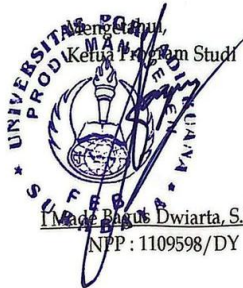
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : "Pengaruh *Strategy Marketing, After Sales Service* dan *Brand Experience* Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Implora (Studi Pada *Followers* Shopee Brand Implora)"


Identitas Mahasiswa

- | | |
|------------------|--|
| a. Nama | : Fina Fiolindah |
| b. NIM | : 191500121 |
| c. Program Studi | : Manajemen |
| d. Fakultas | : Fakultas Ekonomi dan Bisnis |
| e. Alamat Email | : Finafiolindah3@gmail.com |

Surabaya, 11 April 2023


Ketua Program Studi
Imad Bagus Dwiarta, S.E., M.M
NPP : 1109598/DY

Dosen Pembimbing


Sutarna Wisnu Dyatnika, S.E., M.M
NPP : 1507732/DY

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM
EKONOMI DAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fina Fiolindah

NIM : 191500121

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul: "Pengaruh Strategy Marketing, After Sales Service, dan Brand Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Implora (Studi Pada Followers Shopee Brand Implora)" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2023/2024 bersifat origonal.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Surabaya, 10 Januari 2023

Mahasiswa,

Fina Fiolindah

191500121

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Strategy Marketing, After Sales Service, dan Brand Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Implora (Studi Pada Followers Shopee Brand Implora)”** .

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Namun penulis tetap berharap semoga skripsi ini bisa berguna untuk penulis selanjutnya.

Mulai dari penyusunan skripsi ini adalah berkat adanya bimbingan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak. Maka dikesempatan ini dengan penuh hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Hartono, M.Si sebagai Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., MPD, MSM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta S.E., M.M sebagai ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
4. Bapak Sutarna Wisnu Dyatmika, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberi bimbingan, pengarahan, dan koreksi serta membantu selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.

5. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
6. Kepada Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan serta semangat dan doa untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Himpunan Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bissnis yang sudah memberikan semangat dan juga pengalaman selama berorganisasi di kampus.
8. Terimakasih kepada teman - teman saya yang ikut membantu peneliti ketika kesusahan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dalam isi maupun penyusunan, mohon kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak, Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 09 Maret 2023

Penulis

MOTTO

“ Iso Ra Iso Hal Su Iss-Eo”

ABSTRAK

Maraknya tren gaya hidup khususnya bagi kaum perempuan saat ini salah satunya adalah kosmetik, dengan memakai riasan kosmetik akan membuat kaum perempuan lebih percaya diri dan tampil lebih memukau, Salah satu kosmetik yang tren saat ini adalah kosmetik merek implora yang merupakan local beauty brand yang berasal dari Sidoarjo, Jawa Timur. Tujuan adanya penelitian ini adalah menganalisa apakah kepuasan konsumen pada produk brand implora pada platform Shopee berpengaruh oleh variabel yang telah dipilih yaitu strategy marketing, after sales service, dan brand experience. Yang menjadi populasi dari penelitian ini yaitu followers akun Shopee dari brand implora. Sebanyak 102 responden menjadi sampel dari penelitian ini dengan menggunakan purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Untuk pengambilan sampel dengan kriteria tertentu maka alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Dengan hasil uji yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen pada produk implora platform Shopee secara parsial dan positif serta signifikan berpengaruh terhadap strategy marketing, after sales service, dan brand experience. Kemudian kepuasan konsumen pada produk implora platform Shopee juga dipengaruhi secara simultan oleh strategy marketing, after sales service, dan brand experience secara positif dan signifikan.

Kata kunci: strategy marketing, after sales service, brand experience, dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

The rise of lifestyle trends, especially for women today, is cosmetics. Using cosmetic makeup will make women more confident and look more attractive. One of the current cosmetic trends is the Implora cosmetic brand, which is a local beauty brand originating from Sidoarjo, East Java. The purpose of this research is to analyze whether consumer satisfaction with brand Implora products on the Shopee platform is affected by the variables that have been selected, namely marketing strategy, after sales service, and brand experience. The population of this study are followers of the Shopee account from the Implora brand. A total of 102 respondents became the sample of this study using purposive sampling as the sampling technique. For sampling with certain differences, the analytical tool used is multiple linear regression analysis. With the test results which state that customer satisfaction with the Implora platform Shopee product partially and positively and significantly influences marketing strategy, after sales service, and brand experience. Then consumer satisfaction with the Implora platform Shopee product is also influenced simultaneously by the marketing strategy, after sales service, and brand experience positively and significantly.

Keywords: *marketing strategy, after sales service, brand experience and customer satisfaction*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Pemasaran	20
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	21
2.2.3 Strategy Marketing.....	22
2.2.4 After Sales Service.....	25
2.2.5 Brand Experience.....	28
2.2.6 Kepuasan Konsumen	30
2.3 Kerangka Konseptual	34

2.4 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Rancangan Penelitian	39
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel.....	41
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	42
3.3.1 Jenis Data	42
3.3.2 Sumber Data.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1 Alat Pengumpulan Data	43
3.5 Variabel Penelitian dan Defisi Operasional Variabel	44
3.5.1 Variabel Penelitian.....	44
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	45
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.6.1 Pengujian Instrumemn Penelitian	47
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	49
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian	55
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	55
4.1.2 Brand Story.....	56

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Karakteristik Responden	58
4.2.2 Hasil Disribusi Frekuensi Variabel	60
4.3 Analisis Data.....	64
4.3.1 Analisis Data Penelitian.....	64
4.3.2 Pengujian Instrumen Penelitian	64
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.3.5 Uji Hipotesis.....	74
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	77
4.4.1 Pengaruh Strategy Marketing (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	78
4.4.2 Pengaruh After sales service (X2) Terhadap Kepuasan konsumen (Y).....	79
4.4.3 Pengaruh Brand experience (X3) Terhadap Kepuasan konsumen (Y).....	79
4.4.4 Pengaruh Strategy Marketing (X1),After Sales Service (X2) dan Brand Experience (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y).....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 KESIMPULAN	81
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 3. 1 Rancangan Penelitian	40
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	44
Tabel 3. 2 Koefisiensi determinasi	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan jumlah pembelian	59
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Variabel Strategy Marketing..	60
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel After Sales Service..	61
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Brand Experience.....	62
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen.....	63
Tabel 4. 7 Uji Validitas	63
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 9 Uji Normalitas	67
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas Coefficients	68
Tabel 4. 11 Uji Autokorelasi.....	69
Tabel 4. 12 Uji Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian R Square	71
Tabel 4. 14 Interpretasi Koefisien Korelasi	73
Tabel 4. 15 Uji t Parsial.....	73
Tabel 4. 16 Uji F	75
Tabel 4. 17 Profil Responden	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Berita Acara Bimbingan Skripsi	86
Lampiran 2 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	87
Lampiran 5 Tabulasi Data Jawaban Responden	95
Lampiran 6 Rekapitulasi Data	118
Lampiran 7 Output Data SPSS.....	122