

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP NILAI
PELANGGAN *E-COMMERCE* BUKALPAK DI WILAYAH
BEKASI TIMUR**

***THE EFFECT OF PRODUCT DIFFERENCE ON CUSTOMER
VALUE OF BUKALPAK E-COMMERCE IN THE EAST BEKASI
REGION***

Oleh :

Alfina Ardi Pangestu

2017410022

SKRIPSI



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfina Ardi Pangestu

NIM : 2017410022

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran


Judul Skripsi : **Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Nilai Pelanggan E-Commerce BUKALAPAK di Wilayah Bekasi Timur**

Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji ujian skripsi.

Jakarta, 25 Februari 2022

Menyetujui,

Menyetujui,



Dian Anggraeny Rahim, S.E., MSi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Firsan Nova

Dosen Pembimbing

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP NILAI
PELANGGAN *E-COMMERCE* BUKALPAK DI WILAYAH
BEKASI TIMUR**

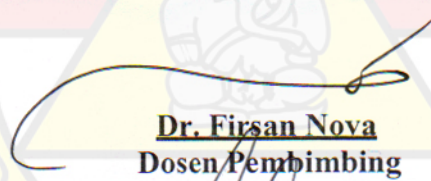
***THE EFFECT OF PRODUCT DIFFERENCE ON CUSTOMER
VALUE OF BUKALPAK E-COMMERCE IN THE EAST BEKASI
REGION***


Oleh :
Alfina Ardi Pangestu
2017410022


SKRIPSI


Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada Telah disetujui oleh Tim Penguji Pada Tanggal seperti tertera dibawah ini

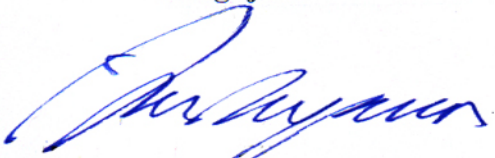
Pada Tanggal 25 Februari, dengan Nilai B-

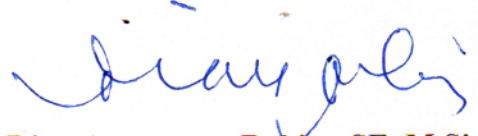

Dr. Firsan Nova
Dosen Pembimbing


(Drs. Fauzi Baisvir, M.M)
Penguji I


Resa Nurlaela, A., S.E., M.M
Penguji II


Dr. Firsan Nova
Penguji III


Mu'man Nurmana, PhD
Dekan Fakultas Ekonomi


Dian Anggraeny Rahim, SE, M.Si
Ketua Program Studi Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfina Ardi Pangestu

Nim : 2017410022

Jurusan/ Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Nilai Pelanggan *E-Commerce* BUKALAPAK Di Wilayah Bekasi Timur** yang dibimbing oleh Bapak Dr.Firsan Nova adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 10 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



Alfina Ardi Pangestu
2017410022

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh diferensiasi produk terhadap nilai pelanggan *e-commerce* bukalapak di Wilayah Bekasi timur. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan sampel jenuh. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F, secara parsial menggunakan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Diferensiasi dan nilai pelanggan yang diperoleh $F_{hitung} = 26,841 > F_{tabel} = 3,090$ dengan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif antara diferensiasi produk terhadap nilai pelanggan.

Kata kunci: diferensiasi produk dan nilai pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of product differentiation on the value of Bukalapak e-commerce customers in the East Bekasi Region. Sampling was carried out using saturated samples. The analytical tool used is simple linear regression. Simultaneous hypothesis testing using the F test, partially using the t test.

The results showed that there was a significant effect between differentiation and customer value obtained $F \text{ count} = 26,841 > F \text{ table} = 3,090$ with a significance probability of $0.000 < 0.05$. The results showed a positive influence between product differentiation and customer value.

Keywords: *product differentiation and customer value*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan Skripsi dengan judul **“ANALISIS PERBEDEAAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* BUKALAPAK DIWILAYAH BEKASI TIMUR BERDASARKAN NILAI PELANGGAN DAN DIFERENSIASI PRODUK ”**. Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna karena mungkin banyak kekurangandalam pembuatannya, sehingga penulis berharap kepada pembaca agar dapat memberi masukan serta sarannya. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dan memberi dukungan serta doa kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

Bapak Firsan Nova selaku Dosen Pembimbing dalam skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktu, membimbing,dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

1. Bapak Mu'man Nuryana , Ph. D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
2. Ibu Dian Anggraeny Rahim,SE.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen

Universitas Darma Persada.

3. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh karyawan dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membatu dari awal perkuliahan samapai penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk Mama Dan (alm) Papa saya tercinta yang selalu memberi dukungan, motivasi, dan doa serta perhataianya sepanjang waktu kepada saya hingga dapat menyelesaikan pendidikan sampai sarjana.
5. Untuk kakak-kakak kandung saya Yunis Ardi Kumala Dewi dan Anis Ardi KumalaSari yang selalu memberikan doa,dukungan dan semangat kepada saya.
6. Untuk sahabat saya Anggita Dharmayuningsih dan Finda Rahayu terimakasih karena selalu mendengarkan keluh kesah, membantu, menemani serata memberikan dukungan dan saran kepada saya sehingga skripsi ini dapat terslesaikan dengan baik.
7. Teman - teman seperjuangan yang turut membantu dan memberikan dukungan saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Yaitu Devi, Nuy, Melia, Lia dan temen-temen yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat saya.
8. Untuk teman - teman Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang tidak bias saya sebut satu persatu namun tidak mengurangi hormat saya karena selalu mendukung dan selalu memberikan motivasi kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demikian proposal skripsi ini dibuat penulis, berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga proposal skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, juni 2021

Alfina Ardi Pangestu



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah,Pembatasan dan Rumusan Masalah.....	7
1. Identifikasi Masalah	7
2. Pembatasan Masalah	7
3. Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitaian	8
BAB II LANDASAN TEORI,PENELITIAN TERDAHULU,KERANGKA PEMIKIRAN,DAN HIPOTESIS PENELITIAN	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 E-Commerce	11
2.1.3 Deferensiasi Produk	20
2.1.4 Nilai Pelanggan	23

2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.4 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Metode Yang Digunakan	36
3.2 Waktu dan Tempat.....	36
3.3 Variabel Operasional	37
3.4 Sumber Data Dan Cara Penentuan Data	41
3.4.1 Sumber Dan Jenis Data.....	41
3.4.2 Populasi dan Sempel.....	42
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	47
3.6.1 Uji Keabsahan Data	47
3.6.2 Alat Analisis Regresi Linear Sederhana	48
3.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.5 Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN	
PEMECAHAN MASALAH	65
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	65
4.1.1 Sejarah E-Commerce BUKALAPAK	65
4.1.2 Visi dan Misi	67
4.2 Profil Responden	67
4.3 Tanggapan Responden.....	70
4.3.1 Diferensiasi Produk	70
4.3.2 Nilai Pelanggan	89
4.3 Uji Keabsahan Data	100
4.3.1 Uji Validitas.....	100
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	102

4.4 Uji Asumsi Klasik	103
4.4.1 Uji Normalitas	104
4.4.2 Uji Multikolinieritas	105
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	106
4.5 Alat Analisis.....	108
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	108
4.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)	109
4.6 Uji Hipotesis	109
4.6.1 Uji F.....	109
4.6.2 Uji T.....	110
4.7 Pembahasan.....	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Review Konsumen pengguna <i>E-Commerce</i> Bukalapak	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1	Operasional Variabel	46
Tabel 3.2	Skala Likert	55
Tabel 3.3	Rentang Skala	56
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi	57
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi	57
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	68
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan usia.....	68
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	69
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	70
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Ecommerce Bukalapak Dalam Kurun Waktu 1 Bulan terakhir	70
Tabel 4.6	Tanggapan responden berdasarkan harga pengiriman yang ditawarkan oleh Bukalapak terjangkau	71
Tabel 4.7	Tanggapan responden berdasarkan model produk yang di tawarkan BUKALAPAK sangatlah beragam	72
Tabel 4.8	Tanggapan responden berdasarkan BUKALAPAK menawarkan bentuk-bentuk produk yang menarik	73
Tabel 4.9	Tanggapan responden berdasarkan BUKALAPAK menjual produk dengan tampilan menu yang informatif dan menarik	73
Tabel 4.10	Tanggapan responden berdasarkan ragam produk di BUKALAPAK mempunyai karakteristik fitur yang	

berbeda-beda	74
Tabel 4.11 Tanggapan responden berdasarkan ragam produk di BUKALAPAK mempunyai karakteristik fitur yang berbeda-beda	75
Tabel 4.12 Tanggapan responden berdasarkan BUKALAPAK Mempunyai kualitas yang bias di percaya	76
Tabel 4.13 Tanggapan responden berdasarkan pilihan produk BUKALAPAK mempunyai kualitas yang mumpuni	76
Tabel 4.14 Tanggapan responden berdasarkan BUKALAPAK memiliki produk yang pelanggan butuhkan	77
Tabel 4.15 Tanggapan responden berdasarkan produk BUKALAPAK mempunyai spesifikasi yang tinggi	78
Tabel 4.16 Tanggapan responden berdasarkan mutu produk BUKALAPAK sangat tinggi	79
Tabel 4.17 Tanggapan responden berdasarkan produk BUKALAPAK memiliki kualitas yang baik dan harga terjangkau.....	79
Tabel 4.18 Tanggapan responden berdasarkan produk yang dijual BUKALAPAK sangat selalu <i>up to date</i>	80
Tabel 4.19 Tanggapan responden berdasarkan kualitas produk BUKALAPAK bertahan lama	80
Tabel 4.20 Tanggapan responden berdasarkan BUKALAPAK memiliki produk yang yang bisa untuk jangka panjang.....	81
Tabel 4.21 Tanggapan responden berdasarkan harga penjualan produk BUKALAPAK konsisten.....	82
Tabel 4.22 Tanggapan responden berdasarkan BUKALAPAK konsisten untuk selalu menaawarkan produk original	82
Tabel 4.23 Tanggapan responden berdasarkan BUKALAPAK konsisten untuk selalu menawarkan produk yang berkualitas	83
Tabel 4.24 Tanggapan responden berdasarkan pihak BUKALAPAK cepat dalam merespon pertanyaan <i>user</i> seputar produk yang ditawarkan	84

Tabel 4.25	Tanggapan responden berdasarkan BUKALAPAK cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan	85
Tabel 4.26	Tanggapan responden berdasarkan <i>E-commerce</i> BUKALAPAK cepat menanggapi masukan dari pelanggan	85
Tabel 4.27	Tanggapan responden berdasarkan BUKALAPAK mempunyai citra yang baik di kalangan penggunanya	86
Tabel 4.28	Tanggapan responden berdasarkan BUKALAPAK memiliki penilaian produk yang baik di mata pelanggan.....	87
Tabel 4.29	Tanggapan responden berdasarkan produk BUKALAPAK sangat diminati pelanggannya	88
Tabel 4.30	Tanggapan responden berdasarkan produk yang ditawarkan BUKALAPAK merupakan produk berkualitas baik	88
Tabel 4.31	Tanggapan responden berdasarkan kualitas produk dan layanan BUKALAPAK sesuai dengan harapan	89
Tabel 4.32	Tanggapan responden berdasarkan BUKALAPAK memiliki kualitas yang selalu konsisten	90
Tabel 4.33	Tanggapan responden berdasarkan harga produk-produk yang ada di BUKALAPAK lebih murah dibandingkan dengan <i>e-commerce</i> lainnya	91
Tabel 4.34	Tanggapan responden berdasarkan biaya yang saya Bayarkan sesuai dengan produk dan pelayanan yang didapat	92
Tabel 4.35	Tanggapan responden berdasarkan harga yang ditawarkan BUKALAPAK terjangkau dik alangan masyarakat	93
Tabel 4.36	Tanggapan responden berdasarkan harga yang ditawarkan BUKALAPAK terjangkau dikalangan masyarakat	94
Tabel 4.37	Tanggapan responden berdasarkan BUKALAPAK menyajikan berbagai pilihan produk sesuai dengan harapan saya	95
Tabel 4.38	Tanggapan responden berdasarkan tanya dengan melihat- lihat produk di BUKALAPAK membuat perasaan senang.....	96
Tabel 4.39	Tanggapan responden berdasarkan saya percaya	

produk di BUKALAPAK memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan konsumen	97
Tabel 4.40 Tanggapan responden berdasarkan saya merasa bangga Ketika berbelanja onlinen di BUKALAPAK.....	98
Tabel 4.41 Tanggapan responden berdasarkan <i>E-commerce</i> BUKALAPAK adalah tempat untuk membeli produk kebutuhan keluarga.....	99
Tabel 4.42 Tanggapan responden berdasarkan saya percaya produk di BUKALAPAK memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan konsumen	100
Tabel 4.43 Hasil Uji Validitas Variabel Diferensiasi Produk.....	101
Tabel 4.44 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan	102
Tabel 4.45 Uji Reliabilitas Variabel Diferensiasi Produk.....	103
Tabel 4.46 Uji Reliabilitas Variabel Nilai Pelanggan.....	103
Tabel 4.47 Uji Normalitas.....	105
Tabel 4.48 Hasil Uji Multikolinieritas	106
Tabel 4.49 Parameter Kuantitatif Variabel Diferensiasi Produk Terhadap Nilai Pelangga.....	108
Tabel 4.50 Parameter Kuantitatif Korelasi Sederhana Diferensiasi Produk Terhadap Nilai Pelanggan	109
Tabel 4.51 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	110
Tabel 4.52 Hasil Uji Parsial (Uji t) Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Nilai Pelanggan	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Aktivitas Pelanggan <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1.2	Pengguna dan Tingkat Penetrasi <i>E-commerce</i> di Indonesia 2017-2023 Statista 2019.....	3
Gambar 1.3	<i>E-commerce</i> terpopuler di Indonesia.....	4
Gambar 2.1	Kerangka Pikir Penelitian	42
Gambar 4.1	Logo BUKALAPAK.....	67
Gambar 4.2	Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas	105
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Riwayat Hidup.....	92
Lampiran 2	kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 3	Daftar Profil Responden.....	100
Lampiran 4	Tabulasi Data Penelitian Variabel Nilai Pelanggan.....	103
Lampiran 5	Tabulasi Data Penelitian Variabel Diferensiasi Produk.....	133
Lampiran 6	Tabulasi Data Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan.....	110
Lampiran 7	Hasil OUTPUT SPSS.....	113
Lampiran 8	F Table	118
Lampiran 9	T Table	119
Lampiran 10	R Table	120
Lampiran 11	Bukti Penyebaran Koesioner	121
Lampiran 12	Catatan Kegiatan Konsultasi.....	122

