

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Komparatif Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi, dan Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa IAIN Tulungagung Jurusan Ekonomi Syariah Pengguna *Marketplace* Shopee dan Tokopedia” ini ditulis oleh Nanda Nur Anggraeni Puspitasari, NIM. 12402173125, dengan pembimbing Siswahyudianto, M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya *marketplace* yang bermunculan di Indonesia membuat persaingan semakin meningkat. Pada tiap *marketplace* tersebut terdapat toko-toko yang menjual produk yang beraneka ragam dan dengan harga yang berbeda-beda. *Marketplace-marketplace* tersebut juga memiliki strategi promosi yang telah direncanakan guna mencapai tujuan yang diinginkan. Kriteria kepuasan menurut para konsumen berbeda antara satu konsumen dengan konsumen lainnya, sehingga memungkinkan terjadinya perbedaan kepuasan antara konsumen pada *marketplace-marketplace* tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menguji perbedaan antara kualitas produk pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia, 2) menguji perbedaan antara harga pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia, 3) menguji perbedaan antara strategi promosi *marketplace* Shopee dan Tokopedia, dan 4) menguji perbedaan antara kepuasan konsumen pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Dan data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran angket kepada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji homogenitas, dan uji independent t-test.

Pengujian hipotesis dengan uji independent t-test menunjukkan bahwa 1) kualitas produk pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia tidak terdapat perbedaan yang signifikan, 2) harga pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia tidak terdapat perbedaan yang signifikan, 3) strategi promosi pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia tidak terdapat perbedaan yang signifikan, dan 4) kepuasan konsumen pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The thesis titled "Comparative Analysis of Product Quality, Price, Promotion Strategy, and Consumer Satisfaction in IAIN Tulungagung Students Majoring in Syariah Economics Users of Marketplace Shopee and Tokopedia" was written by Nanda Nur Anggraeni Puspitasari, NIM. 12402173125, with the guidance of Siswahyudianto, M.M.

This research is motivated by the number of marketplaces that are popping up in Indonesia making competition increasing. In each of these marketplaces there are stores that sell a variety of products and at different prices. These marketplaces also have a planned promotional strategy to achieve their desired goals. Satisfaction criteria according to consumers differ from one consumer to another, thus allowing for differences in satisfaction between consumers in these marketplaces.

This study aims to: 1) test the difference between product quality on Shopee and Tokopedia marketplaces, 2) test the difference between prices on Shopee and Tokopedia marketplaces, 3) test the differences between Shopee and Tokopedia marketplace promotion strategies, and 4) test the differences between consumer satisfaction on Shopee and Tokopedia marketplaces.

This research uses a type of quantitative research. And the data used is the primary data obtained from the dissemination of questionnaires to students majoring in Sharia Economics IAIN Tulungagung. Data analysis techniques used are validity test, reliability test, normality test, homogeneity test, and independent t-test.

Hypothesis testing with independent t-test test showed that 1) product quality on Shopee and Tokopedia marketplaces there was no significant difference, 2) prices on Shopee and Tokopedia marketplaces were no significant differences, 3) promotional strategies on Shopee and Tokopedia marketplaces were not significant differences, and 4) consumer satisfaction on Shopee and Tokopedia marketplaces was no significant difference.

Keywords : Product Quality, Price, Promotion Strategy, Customer Satisfaction