

SURAT KEPUTUSAN
Nomor: SK-006/FEB/UPM/III/2023
Tentang
Pengangkatan Tim Penguji Karya Akhir
Program Studi Manajemen
Universitas Paramadina

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Paramadina,

- Menimbang : 1. Bahwa Karya Akhir mahasiswa/i atas nama Bernard Yosua (NIM: 117208016) yang berjudul "Pengaruh Emotional Brand Attachment Terhadap Customer Satisfaction pada Pengguna E-Commerce Shopee Indonesia" telah memperoleh persetujuan dari pembimbing, sehingga telah layak untuk diuji.
2. Bahwa untuk melaksanakan ujian tersebut perlu dibentuk Tim Penguji Karya Akhir.
- Mengingat : 1. Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
2. Surat Keputusan Rektor No. SK-002/REK/UPM/IX/2020 tentang Peraturan Akademik Universitas Paramadina.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan
Pertama : Membentuk Tim Penguji untuk Karya Akhir mahasiswa/i atas nama **Bernard Yosua** yang terdiri atas:

No	Nama	Peran	NIDN
1	Dr. Iyus Wiadi, MPA	Pembimbing	0320126502
2	Dr. Agung Surya Dwianto	Ketua Penguji	0428127902
3	Dr. Ahmad Azmy	Anggota Penguji	0301048703

- Kedua : Pembimbing bertugas membimbing dan mengarahkan mahasiswa/i dalam melaksanakan penulisan Karya Akhir.
- Ketiga : Ketua Penguji dan Anggota Penguji bertugas menguji Karya Akhir mahasiswa/i yang dilaksanakan pada Rabu, 1 Maret 2023
- Keempat : Keputusan ini berlaku surut sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan bahwa segala sesuatunya akan diperbaiki apabila ternyata terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada tanggal : 14 Maret 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. lin Mayasari
NIP: 201050048

Tembusan:

1. Program Studi Manajemen
2. Pembimbing
3. Ketua Penguji
4. Anggota Penguji
5. Direktorat Akademik
6. Arsip



**PENGARUH *EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA
E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam Bidang
Manajemen

Oleh
Bernard Yosua
117208016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PARAMADINA
JAKARTA
2023**



**PENGARUH *EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA
E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam Bidang
Manajemen

Oleh

Bernard Yosua

117208016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PARAMADINA
JAKARTA**

2023

ABSTRAK

Universitas Paramadina
Program Studi Manajemen
2023

Nama : Bernard Yosua
NIM : 117208016
Judul Skripsi : Pengaruh *Emotional Brand Attachment Terhadap Customer Satisfaction* pada Pengguna *E-Commerce* Shopee Indonesia
Jumlah halaman : 44 halaman + xiii, 15 tabel, 7 gambar, 7 lampiran.

Industri *e-commerce* di Indonesia berkembang pesat dengan berbagai merek bermunculan. Latar belakang penelitian ini adalah fenomena merek Shopee pada tahun 2021 pada kuartal ke-3 menduduki peringkat kedua sebagai merek yang paling banyak dikunjungi akan tetapi pada kuartal ke-4 menduduki peringkat pertama sebagai merek yang paling banyak digunakan. Peneliti ingin mengetahui mengapa fenomena tersebut terjadi dan faktor apa saja yang paling mendominasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *emotional brand attachment* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna merek Shopee. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pemilik akun Shopee dengan pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 110 sampel konsumen yang pernah berbelanja di Shopee. Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan uji validitas Kaiser Meyer Olkin *Measure of Sampling & Bartlett's Test of Sphericity*, *Component Matrix* dan *Corrected item-total correlation*. Uji realibilitas dengan Cronbach's Alpha. Uji regresi linear sederhana, uji koefisiensi eterminasi (R^2) dan disertai uji hipotesis T (*T test*). Pengolahan data menggunakan SPSS versi 28.0.1.1 (14) menunjukkan bahwa hasil penelitian nilai $t_{hitung} 13.837 > t_{tabel} 1,98217$. Nilai signifikansi $< 0.001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 dapat diterima. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan *emotional brand attachment* mempengaruhi sebesar 63,6% secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan merek Shopee. Faktor terbesar adalah ketertarikan terhadap merek.

Kata Kunci : *Emotional brand attachment, customer satisfaction*
Daftar Pustaka : Pustaka 2005 s/d 2022

ABSTRACT

UNIVERSITAS PARAMADINA

MANAGEMENT

2022

Nama : Bernard Yosua
Student ID : 117208016
Title : **The Effect of Emotional Brand Attachment on Customer Satisfaction in Shopee Indonesia E-Commerce Users**
Pages : **44 pages + xiii, 15 tables, 7 pictures, 7 appendices.**

E-commerce industry in Indonesia is growing rapidly with various brands emerging. Background research is a phenomenon regarding e-commerce brand, Shopee, in 2021 in the 3rd quarter was ranked as the second most visited brand, however in the 4th quarter it was ranked first as the most used brand. This research was aimed to determine the effect of emotional brand attachment on customer satisfaction among Shopee brand users. This research using quantitative method. The selected population is Shopee account owners with a sample selection using purposive sampling of 110 consumers who have shopped at Shopee. The analysis of this research is validity test with Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling & Bartlett's Test of Sphericity, Component Matrix and Corrected item-total correlation. Reliability test with Cronbach Alpha. Simple linear regression test, coefficient of determination test (R^2) and accompanied by hypothesis T test. Data processing with SPSS 28.0.1.1 (14) shows results number t score $> t_{table}$ that is $13.837 > 1,98217$. Signification score $< 0.001 < 0,05$ with the result H_0 is rejected and H_1 is accepted. The conclusion of this research is shows that emotional brand attachment affects 63.6% in a positive and significant way towards customer satisfaction for Shopee brand customers. The biggest factor is the interest in the brand.

Key words : *Emotional brand attachment, customer satisfaction*

LEMBAR PENGESAHAN

Karya Akhir yang berjudul:

Pengaruh *Emotional Brand Attachment* Terhadap *Customer Satisfaction* pada Pengguna *E-Commerce Shopee Indonesia*

Telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 1 Maret 2023

Waktu : 9:00 WIB

Oleh:


Nama : Bernard Yosua


NIM : 117208016

.

Dewan Penguji

Ketua Penguji : Dr. Agung Surya Dwianto, S.E., M.M. ()

Penguji 1 : Dr. Ahmad Azmy, S.E., M.M. ()

Pembimbing : Dr. Iyus Wiadi, MPA. ()

LEMBAR REVISI SKRIPSI

Nama : Bernard Yosua

NIM : 117208016

Judul Skripsi : Pengaruh *Emotional Brand Attachment* Terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna *E-commerce* Shopee Indonesia.

Pembimbing : Dr. Iyus Wiadi, MPA.

Hari & tanggal sidang : Rabu, 1 Maret 2023

Batas akhir perbaikan : 15 Maret 2023

Mahasiswa yang bersangkutan telah melaksanakan perbaikan sesuai dengan arahan yang diminta saat sidang dan saya telah menyetujui hasil perbaikan tersebut.

Mengetahui:

Ketua Penguji : Dr. Agung Surya Dwianto, S.E., M.M. (----tanda tangan----)

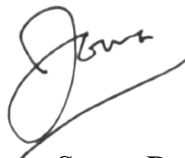
Penguji 1 : Dr. Ahmad Azmy, S.E., M.M. (----tanda tangan----)

Pembimbing : Dr. Iyus Wiadi, MPA. (----tanda tangan----)

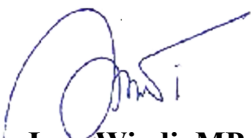
LEMBAR REVISI SKRIPSI

Nama : Bernard Yosua
NIM : 117208016
Judul Skripsi : Pengaruh Emotional Brand Attachment Terhadap Customer Satisfaction pada Pengguna E-Commerce Shopee Indonesia
Pembimbing : Dr. Iyus Wiadi, MPA
Hari/Tanggal Sidang : Rabu / 1 Maret 2023
Batas Akhir Perbaikan : 1 April 2023

Mahasiswa yang bersangkutan telah melaksanakan perbaikan sesuai dengan perbaikan yang diminta saat sidang dan saya telah menyetujui hasil perbaikan tersebut.



Dr. Agung Surya Dwianto
Ketua Sidang



Dr. Iyus Wiadi, MPA
Pembimbing



Dr. Ahmad Azmy
Penguji I