

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN PADA
PENGGUNA *E-COMMERCE* BUKALAPAK DI JAKARTA
TIMUR BERDASARKAN KUALITAS PELAYANAN,
KEPERCAYAAN DAN NILAI PELANGGAN**

***ANALYSIS THE DIFFERENCE OF CUSTOMER
SATISFACTION IN BUKALAPAK E-COMMERCE USERS IN
EAST JAKARTA REGION BASED ON SERVICE QUALITY,
CUSTOMER TRUST AND VALUE***

Oleh
Raihan Akmal
2016410186

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program
Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2020**

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Raihan Akmal

NIM : 2016410186

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Pada Pengguna E-Commerce Bukalapak Di Jakarta Timur Berdasarkan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Nilai Pelanggan**, yang dibimbing oleh Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM selaku Dosen Pembimbing adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian hasil dari karya orang lain.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Jakarta, Agustus 2020

Raihan Akmal

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Raihan Akmal

NIM : 2016410186

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Pada Pengguna *E-Commerce* Bukalapak Di Jakarta Timur Berdasarkan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Nilai Pelanggan

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

Jakarta, 1 Agustus 2020

Mengetahui

Menyetujui

Dian Anggraeny Rahim, S.E, M.Si
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Fauzi Baisyir, M.M
Dosen Pembimbing

ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA E-COMMERCE BUKALAPAK DI JAKARTA TIMUR BERDASARKAN KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN NILAI PELANGGAN

ANALYSIS THE DIFFERENCE OF CUSTOMER STATISFACTION IN BUKALAPAK E-COMMERCE USERS IN EAST JAKARTA REGION BASED ON SERVICE QUALITY, CUSTOMER TRUST AND VALUE

Oleh

Raihan Akmal

2016410186

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 di bawah ini

Jakarta, 10 Agustus 2020 dengan nilai A-

Drs. Fauzi Baisyir, MM

Dosen Pembimbing

Dr. Firsan Nova, S.E., M.M.

Penguji I

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.

Penguji II

Drs. Fauzi Baisyir, MM.

Penguji III

Mu'man Nuryana, Ph. D.

Dekan Fakultas Ekonomi

Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen

ABSTRAK

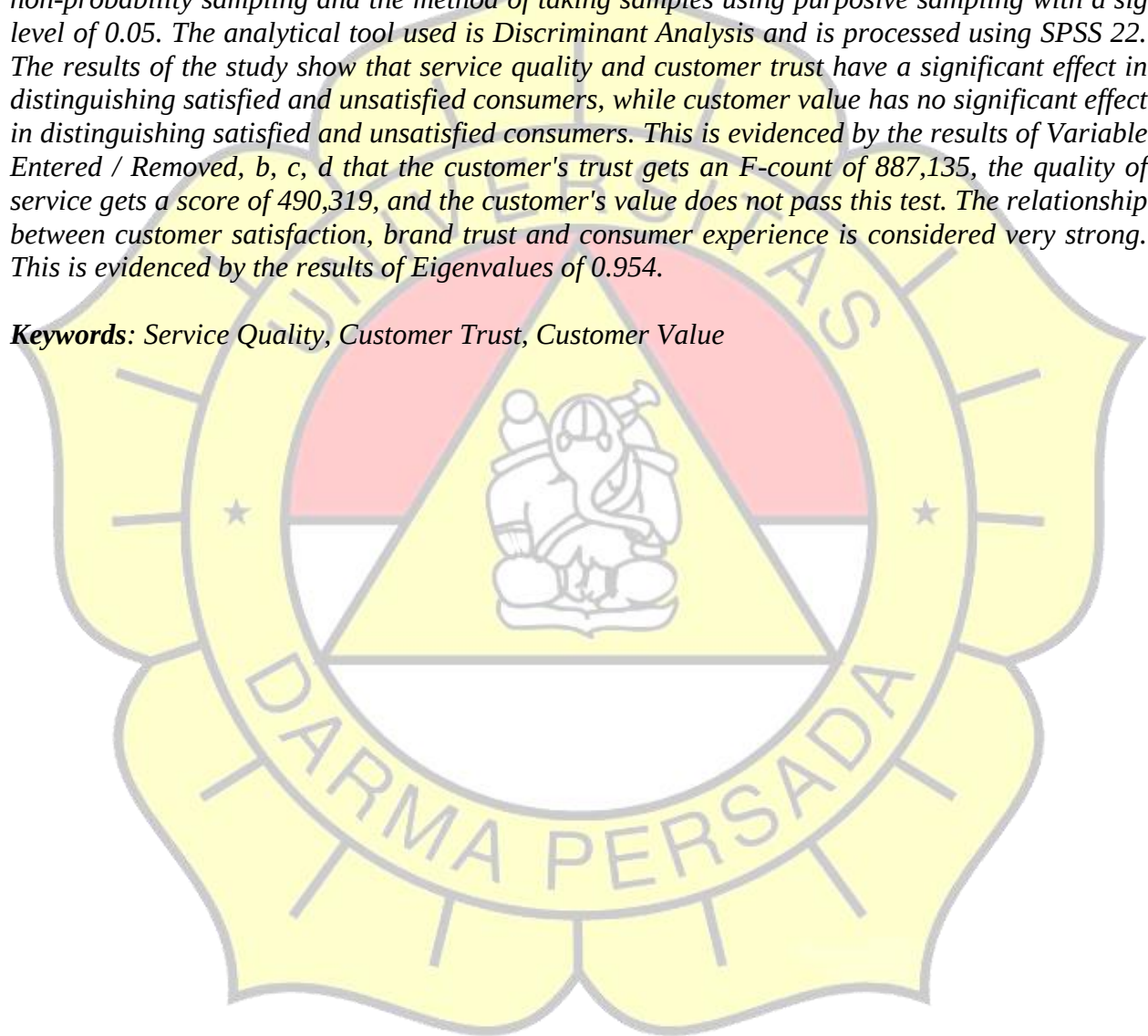
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Pada Pengguna E-Commerce Bukalapak Di Jakarta Timur Berdasarkan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan. Penelitian ini menggunakan data berupa data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Jumlah kuesioner sebanyak 100 responden yang merupakan orang yang menggunakan *e-commerce* Bukalapak minimal 3 kali dalam 6 bulan terakhir, dan yang berdomisili di Jakarta Timur. Teknik sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dan cara pengambilan sampelnya dengan menggunakan *purposive sampling* dengan tingkat sig 0,05. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Diskriminan dan diolah menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan dalam membedakan konsumen yang puas dan tidak puas, sedangkan nilai pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan dalam membedakan konsumen yang puas dan tidak puas. Hal ini dibuktikan dengan hasil *Variable Entered/Removed^{a,b,c,d}* bahwa kepercayaan pelanggan mendapatkan angka F hitung 887,135, kualitas pelayanan mendapatkan angka 490,319, dan nilai pelanggan tidak lolos dalam uji ini. Hubungan antara kepuasan konsumen, kepercayaan merek dan pengalaman konsumen dikategorikan sangat kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil Eigenvalues sebesar 0,954.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan, Nilai Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the Analysis of Consumer Satisfaction Differences in Bukalapak E-Commerce Users in East Jakarta Based on Service Quality, Customer Trust and Customer Value. This study uses data in the form of primary data obtained from questionnaires. The number of questionnaires as many as 100 respondents who are people who use e-commerce Bukalapak at least 3 times in the last 6 months, and who live in East Jakarta. The sampling technique used is non-probability sampling and the method of taking samples using purposive sampling with a sig level of 0.05. The analytical tool used is Discriminant Analysis and is processed using SPSS 22. The results of the study show that service quality and customer trust have a significant effect in distinguishing satisfied and unsatisfied consumers, while customer value has no significant effect in distinguishing satisfied and unsatisfied consumers. This is evidenced by the results of Variable Entered / Removed, b, c, d that the customer's trust gets an F-count of 887,135, the quality of service gets a score of 490,319, and the customer's value does not pass this test. The relationship between customer satisfaction, brand trust and consumer experience is considered very strong. This is evidenced by the results of Eigenvalues of 0.954.

Keywords: Service Quality, Customer Trust, Customer Value



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* BUKALAPAK DI JAKARTA TIMUR BERDASARKAN KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN NILAI PELANGGAN”**.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Peneliti menyadari sepenuhnya, terselesaikannya skripsi ini bukan semata mata hasil kerja keras peneliti sendiri namun tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Rasa syukur alhamdulillah kepada ALLAH SWT yang telah memudahkan serta melancarkan proses penelitian ini kepada penulis. Selain itu, pada kesempatan ini izinkan peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada :

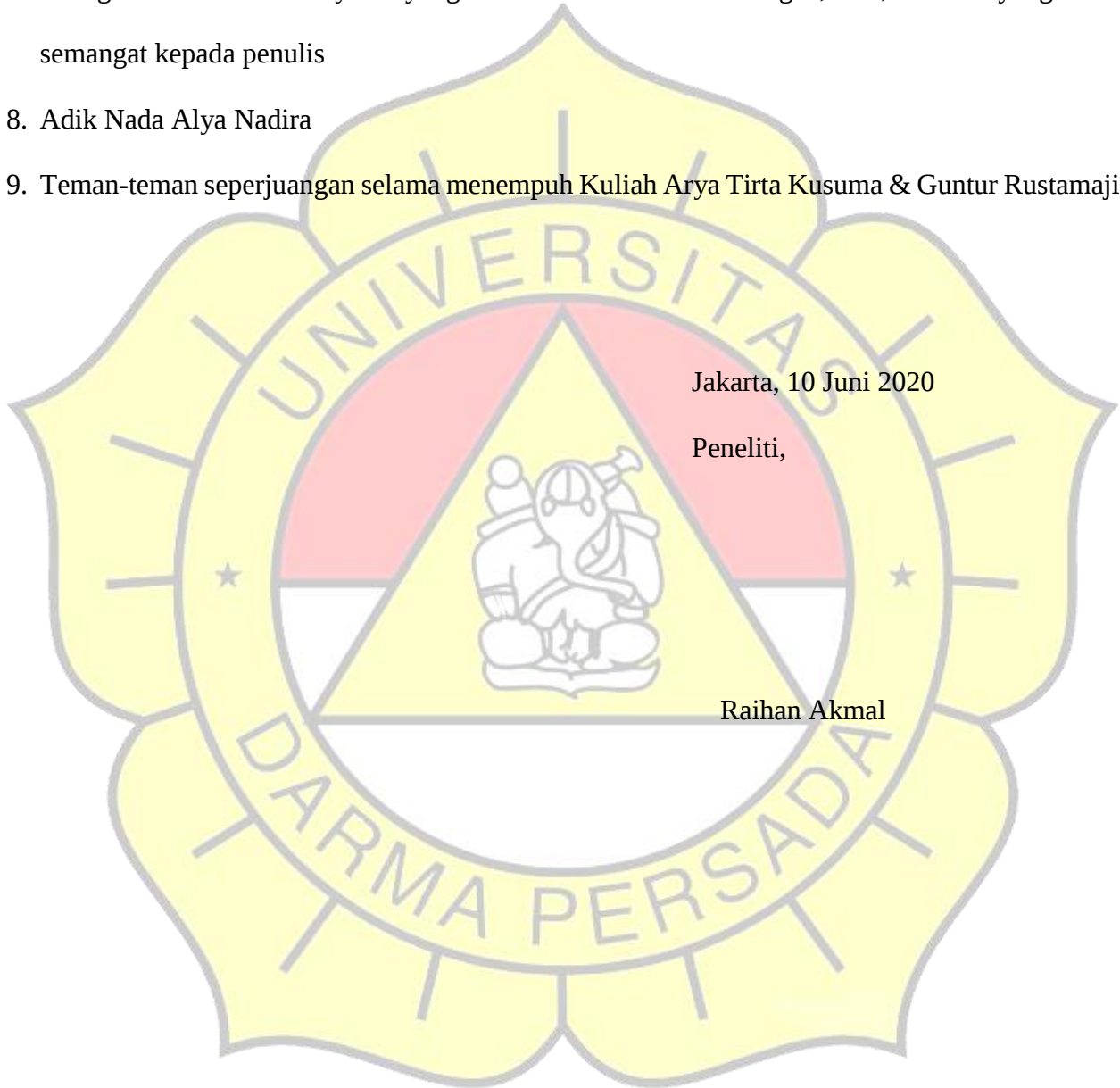
1. Allah S.W.T. dan Junjungan Nabi besar Muhammad S.A.W.
2. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan, arahan, kritik serta saran selama penulis menyusun skripsi hingga selesai tepat waktu
3. Ibu Resa Nurlaela Anwar, S.E, M.M selaku Pembimbing Akademik
4. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
5. Bapak / Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu dari awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan skripsi ini.

6. Orang Tuaku tercinta Bapak Firmansyah Kurniawan dan Ibu Delfiani Nurmala yang sudah memberikan dukungan moril serta doa dan kepercayaan sehingga penulis dapat menyelesaikan S1 tepat waktu
7. Orang Terkasih Riska Ayulia yang sudah memberikan dukungan, doa, kasih sayang serta semangat kepada penulis
8. Adik Nada Alya Nadira
9. Teman-teman seperjuangan selama menempuh Kuliah Arya Tirta Kusuma & Guntur Rustamaji

Jakarta, 10 Juni 2020

Peneliti,

Raihan Akmal



DAFTAR ISI

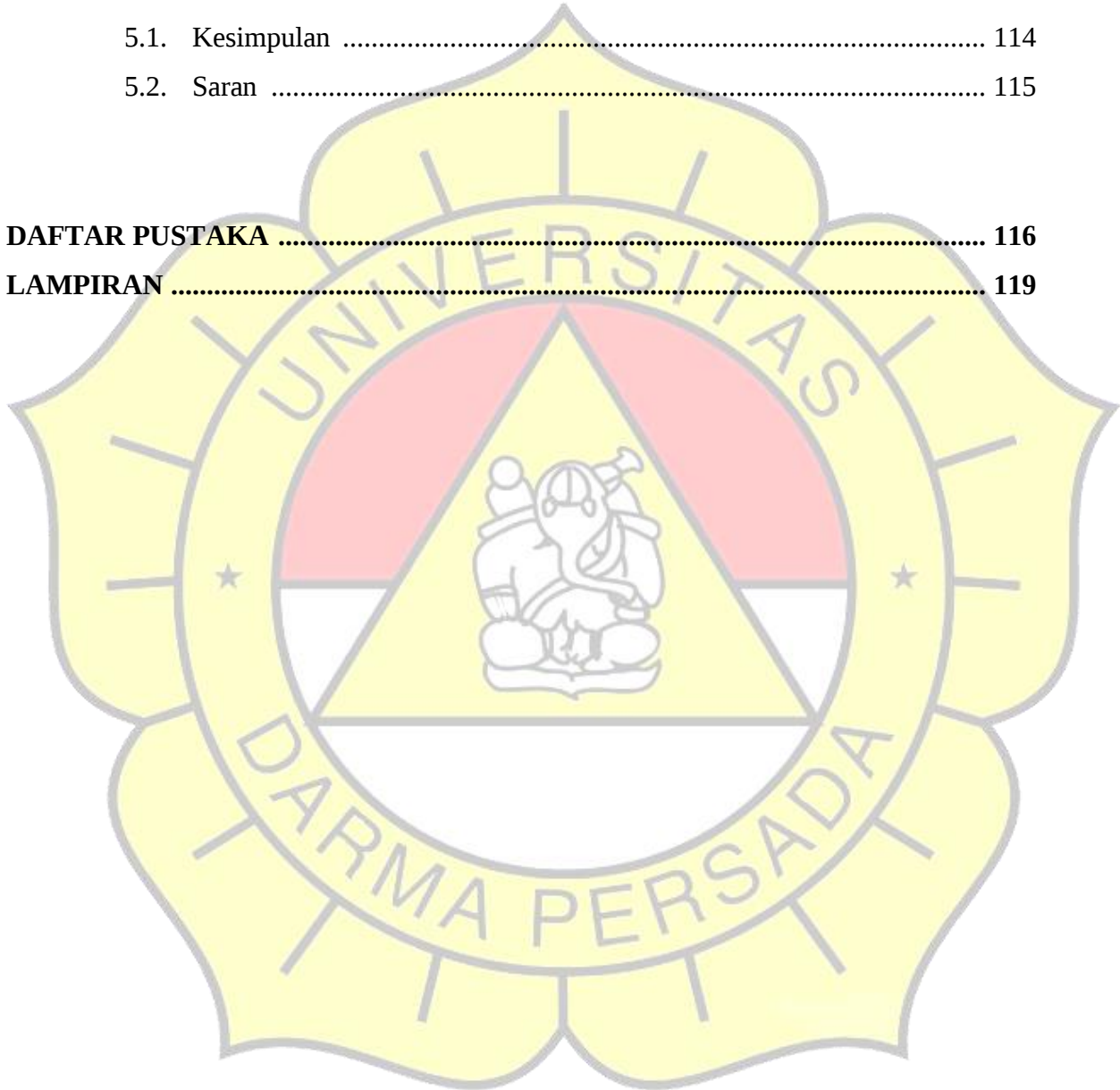
LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR NILAI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	15
1.3. Batasan Masalah	15
1.4. Rumusan Masalah	15
1.5. Tujuan Penelitian	16
1.6. Kegunaan Penelitian	16
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 18
2.1. Manajemen Pemasaran	18
2.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	19
2.3. Pemasaran Online	22
2.4. <i>E-Commerce</i>	24
2.4.1. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	24
2.4.2. Komponen <i>E-Commerce</i>	28
2.5. Kualitas Pelayanan	28
2.5.1. Karakteristik Pelayanan	29
2.5.2. Kesenjangan Pelayanan	30

2.5.3. Dimensi Kualitas Pelayanan	32
2.6. Kepercayaan Pelanggan	33
2.6.1. Manfaat Kepercayaan Pelanggan	34
2.6.2. Dimensi Kepercayaan Pelanggan	34
2.7. Nilai Pelanggan	36
2.7.1. Kriteria Nilai Pelanggan	37
2.7.2. Peranan Nilai Pelanggan	38
2.7.3. Tipe Nilai Pelanggan	39
2.7.4. Dimensi Nilai Pelanggan	41
2.8. Kepuasan Konsumen	41
2.8.1. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Konsumen	43
2.8.2. Bentuk Kepuasan Konsumen	44
2.8.3. Dimensi Kepuasan Konsumen	45
2.9. Penelitian Terdahulu	46
2.10. Kerangka Pemikiran	51
2.11. Hipotesis Penelitian	53
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1. Metode Yang Digunakan	54
3.2. Operasional Variabel	55
3.3. Sumber Dan Cara Penentuan Data	62
3.3.1. Lokasi dan Waktu	62
3.3.2. Jenis dan Sumber Data	62
3.3.3. Cara Penentuan Data	63
3.4. Teknik Pengumpulan Data	66
3.5. Rancangan dan Metode Analisis	70
3.5.1. Uji Keabsahan Data	70
3.5.2. Alat Analisis Data	72

BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN MASALAH DAN

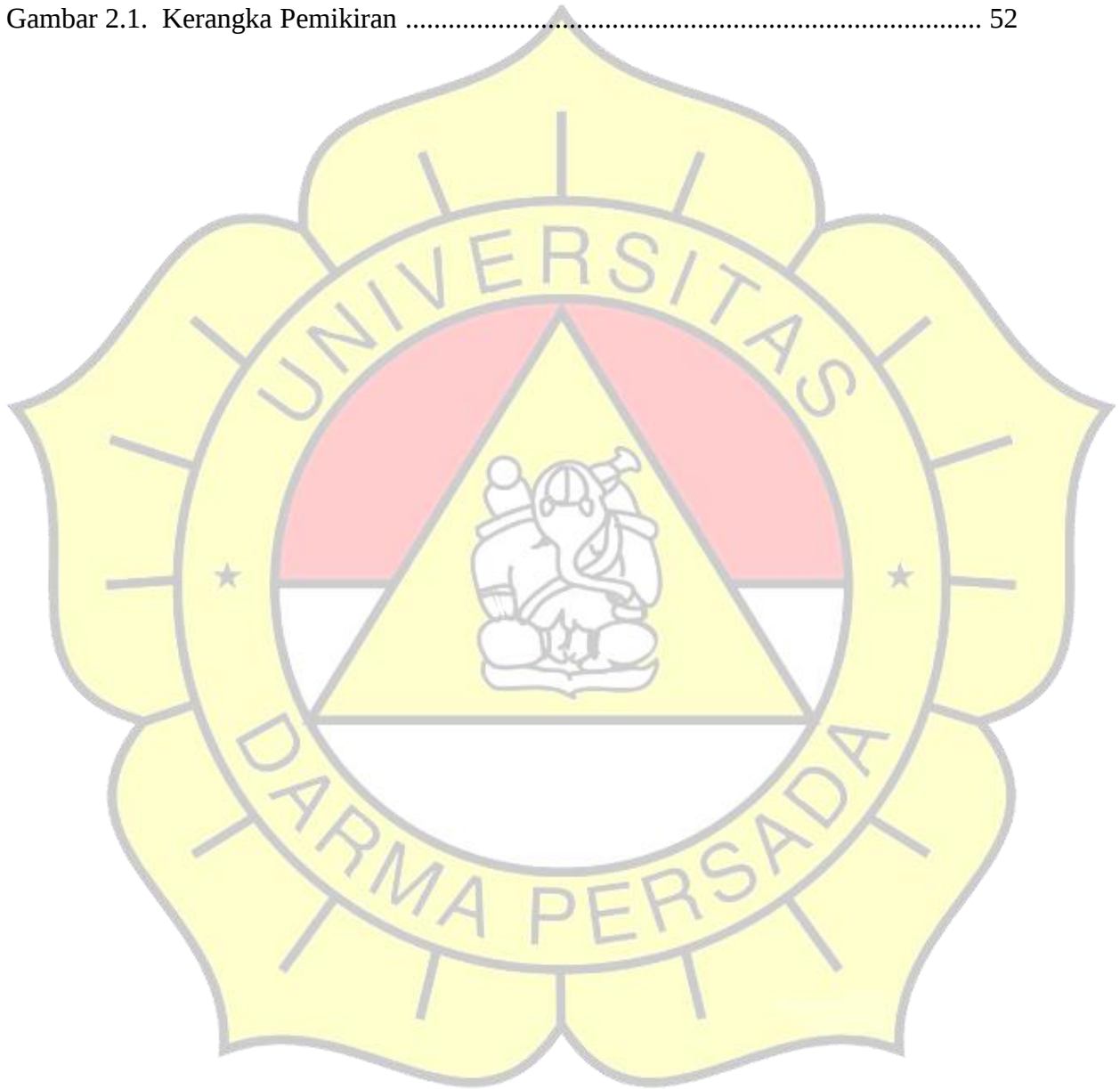
PEMECAHAN MASALAH	82
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	82
4.1.1. Sejarah Bukalapak	82
4.1.2. Visi dan Misi	84
4.2. Karakteristik Responden	84
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	85
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	85
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	87
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	88
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	89
4.3. Uji Keabsahan Data	90
4.3.1. Uji Validitas	90
4.3.2. Uji Reliabilitas	93
4.4. Uji Asumsi Analisis Diskriminan	93
4.4.1. Normalitas Data	94
4.4.2. Uji <i>Mann-Whitney U Test</i>	95
4.4.3. Uji Multikolinieritas	96
4.4.4. Uji Homogenitas	97
4.5. Analisis Diskriminan	98
4.5.1. Pengelompokkan Sampel	99
4.5.2. <i>Test of Equality of Group Means</i>	101
4.5.3. Variabel <i>Entered / Removed</i>	102
4.5.4. Menguji Variabel yang Signifikan	104
4.5.5. Menguji <i>Wilk's Lambda</i>	105
4.5.6. Mengukur Keeratan Hubungan Variabel dalam Analisis Diskriminan	
106	
4.5.7. Hasil Uji Variabel Dominan	107
4.5.8. Menguji Fungsi Diskriminan	108
4.5.9. Menguji Fungsi Diskriminan Fisher	109

4.5.10. Menguji Ketepatan Model Diskriminan	110
4.5.11. Menguji Tabel <i>Structure Matrix</i>	111
4.6. Pemecahan Masalah	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1. Kesimpulan	114
5.2. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	119



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pengguna dan Tingkat Penetrasi <i>E-Commerce di Indonesia 2017-2023</i>	3
Gambar 1.2. 10 <i>E-Commerce</i> Terpopuler di Indonesia	4
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	52



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Daftar Konsumen <i>E-Commerce</i> Bukalapak yang Puas	7
Tabel 1.2.	Daftar Konsumen <i>E-Commerce</i> Bukalapak yang Tidak Puas	10
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3.1.	Operasional Variabel	56
Tabel 3.2.	Instrumen Skala Likert	68
Tabel 3.3.	Rentang Skala	69
Tabel 3.4.	Interpretasi Koefisien Korelasi	69
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	85
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	86
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	87
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	88
Tabel 4.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	89
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	90
Tabel 4.8.	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan	91
Tabel 4.9.	Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan	92
Tabel 4.10.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan, dan Nilai Pelanggan	93
Tabel 4.11.	Uji Normalitas	94
Tabel 4.12.	<i>Mann-Whitney U Test</i>	95
Tabel 4.13.	Uji Multikolinieritas	96
Tabel 4.14.	Uji <i>Box's M</i>	97
Tabel 4.15.	Kesesuaian Data	98
Tabel 4.16.	Pengelompokkan Sampel	99
Tabel 4.17.	<i>Test of Equality of Group Means</i>	101
Tabel 4.18.	Variabel <i>Entered / Removed</i>	102
Tabel 4.19.	<i>Variables in the Analysis</i>	104
Tabel 4.20.	<i>Wilk's Lambda</i>	105
Tabel 4.21.	Keeratan Hubungan Variabel	106

Tabel 4.22.	<i>Standarized Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	107
Tabel 4.23.	<i>Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	108
Tabel 4.24.	Fungsi Diskriminan Fisher	109
Tabel 4.25.	Hasil Uji Ketepatan Model Diskriminan	110
Tabel 4.26.	<i>Structure Matix</i>	111



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	120
Lampiran 2	Daftar Data Profil Responden Kuesioner Peneitian	129
Lampiran 3	Tabulasi Data Kuesioner	136
Lampiran 4	Uji Asumsi Analisis Diskriminan	139
Lampiran 5	Hasil Output Spss Analisis Diskriminan	142
Lampiran 6	Catatan Kegiatan Konsultasi	146
Lampiran 7	Daftar Riwayat Hidup	147

