

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAAN KONSUMEN PADA  
PENGGUNA *E-COMMERCE* LAZADA DI WILAYAH  
JAKARTA TIMUR BERDASARKAN NILAI PELANGGAN,  
HARGA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN**

***ANALYSIS OF DIFFERENCE IN CONSUMER SATISFACTION  
TO USER E-COMMERCE LAZADA IN THE EAST JAKARTA  
REGION BASED ON CUSTOMER VALUE, PRICE AND  
CONSUMER TRUST***

Oleh :

**Darmawan Adi Prasetyo**

**2017410138**

**SKRIPSI**

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi Program Studi  
Manajemen Pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2021**

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAAN KONSUMEN PADA  
PENGGUNA *E-COMMERCE* LAZADA DI WILAYAH  
JAKARTA TIMUR BERDASARKAN NILAI PELANGGAN,  
HARGA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN**

***ANALYSIS OF DIFFERENCE IN CONSUMER SATISFACTION  
TO USER E-COMMERCE LAZADA IN THE EAST JAKARTA  
REGION BASED ON CUSTOMER VALUE, PRICE AND  
CONSUMER TRUST***

Oleh :

**Darmawan Adi Prasetyo**

**2017410138**

**SKRIPSI**

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi Program Studi  
Manajemen Pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAAN KONSUMEN  
PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* LAZADA DI  
WILAYAH JAKARTA TIMUR BERDASARKAN  
NILAI PELANGGAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN**

***ANALYSIS OF DIFFERENCE IN CONSUMER SATISFACTION  
TO USER E-COMMERCE LAZADA IN THE EAST JAKARTA  
REGION BASED ON CUSTOMER VALUE, PRICE AND  
CONSUMER TRUST***


Oleh :

**Darmawan Adi Prasetyo**

**2017410138**

**SKRIPSI**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 30 Juni 2021



**Drs. Fauzi Baisvir, MM.**

**DOSEN PEMBIMBING**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAAN KONSUMEN  
PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* LAZADA DI  
WILAYAH JAKARTA TIMUR BERDASARKAN  
NILAI PELANGGAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN**

***ANALYSIS OF DIFFERENCE IN CONSUMER SATISFACTION  
TO USER *E-COMMERCE* LAZADA IN THE EAST JAKARTA  
REGION BASED ON CUSTOMER VALUE, PRICE AND  
CONSUMER TRUST***

Oleh:

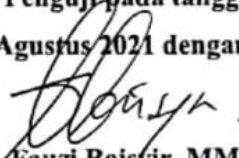
Darmawan Adi Prasetyo  
2017410138

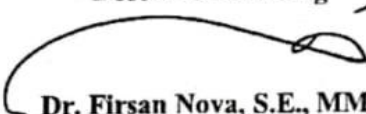
Skripsi


Untuk memenuhi salah satu syarat ujian memperoleh gelar Sarjana dalam  
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada


Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal tertera dibawah ini

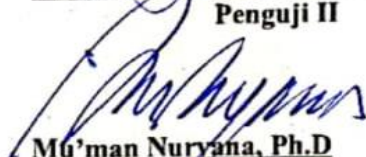
Jakarta, 02 Agustus 2021 dengan nilai B+

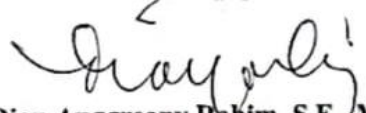
  
Drs. Fauzi Baisyir, MM.  
Dosen Pembimbing

  
Dr. Firsan Nova, S.E., MM.  
Penguji I

  
Ellena Nurfaizria Handayani, S.E., MM.  
Penguji II

  
Drs. Fauzi Baisyir, MM.  
Penguji III

  
Mu'man Nuryana, Ph.D  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
Dian Anggreany Rahim, S.E., M.Si.  
Ketua Program Studi

## LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Darmawan Adi Praseyo

Nim : 2017410138

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya ditulis dengan judul Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Pada Pengguna *E-Commerce* Lazada Di Wilayah Jakarta Timur Berdasarkan Nilai Pelanggan, Harga dan Kepercayaan Konsumen , yang dibimbing oleh Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM. selaku Dosen Pembimbing adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Jakarta, 02 Agustus 2021



METERAI  
TEMPEL  
3000  
BAECCAJX408141264

Darmawan Adi Prasetyo

## ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen dengan membentuk model diskriminan. Kepuasan Konsumen dibedakan menjadi dua kategori yaitu konsumen puas dan konsumen tidak puas. Variabel yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen adalah Nilai Pelanggan, Harga dan Kepercayaan Konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner melalui *google form* kepada 100 responden pengguna *e-commerce* Lazada di wilayah Jakarta Timur. Teknik sampel menggunakan *quota sampling* dan teknik analisis menggunakan diskriminan.

Hasil penelitian didapat bahwa variabel Nilai Pelanggan, Harga dan Kepercayaan Konsumen mempengaruhi Kepuasan Konsumen pengguna *e-commerce* Lazada di wilayah Jakarta Timur. Hal ini dibuktikan dengan hasil *test of equality of group means* mendapat nilai sig, yang kurang dari 0,05. Nilai Pelanggan ( $0,000 < 0,05$ ), Harga ( $0,000 < 0,05$ ) dan kepercayaan Konsumen ( $0,000 < 0,05$ ). Hubungan antara Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen dikategorikan sangat kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil *Eigenvalues* sebesar 0,861.

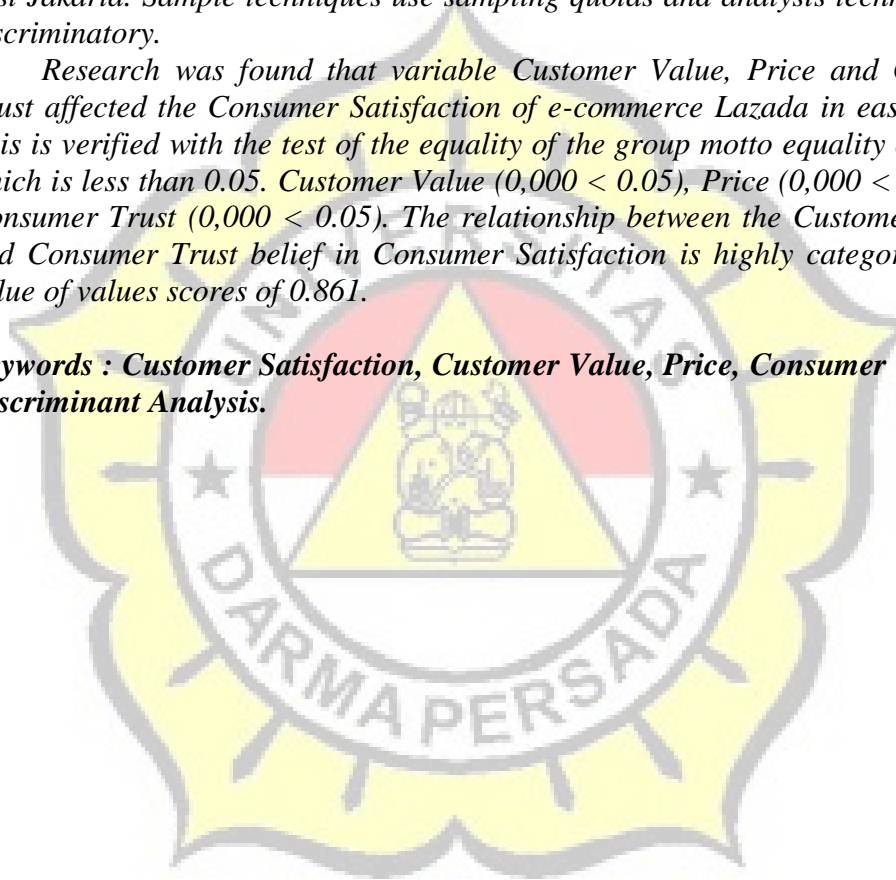
**Kata kunci : Kepuasan Konsumen, Nilai Pelanggan, Harga, Kepercayaan Konsumen dan Analisis Diskriminan.**

## **ABSTRACT**

*The study was conducted with the aim of knowing the significant difference in Consumer satisfaction by shaping discriminatory models. The Consumer Satisfaction is divided into two categories: satisfied consumers and dissatisfied consumers. The variables affecting Consumer Satisfaction are the Customer Value, Price and Consumer Trust. Data collection methods used by using a Google form questionnaire to 100 user respondents from e-commerce Lazada in east Jakarta. Sample techniques use sampling quotas and analysis techniques use discriminatory.*

*Research was found that variable Customer Value, Price and Consumer Trust affected the Consumer Satisfaction of e-commerce Lazada in east Jakarta. This is verified with the test of the equality of the group motto equality of the sig, which is less than 0.05. Customer Value ( $0,000 < 0.05$ ), Price ( $0,000 < 0.05$ ) and Consumer Trust ( $0,000 < 0.05$ ). The relationship between the Customer's Value and Consumer Trust belief in Consumer Satisfaction is highly categorized. The value of values scores of 0.861.*

**Keywords : Customer Satisfaction, Customer Value, Price, Consumer Trust and Discriminant Analysis.**



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi dan penulisan Proposal Skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAAN KONSUMEN PADA PENGGUNA E-COMMERCE LAZADA DI WILAYAH JAKARTA TIMUR BERDASARKAN NILAI PELANGGAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN”**.

Proposal Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang ditempuh Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Proposal Skripsi ini banyak memberikan manfaat kepada penulis, baik dari segi akademik maupun tentang non akademik.

Penulis menyadari bahwa dalam mengerjakan Proposal Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya do'a dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi sekaligus selaku Dosen Pembimbing Akademik saya.
2. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
3. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.



4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan.
5. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Orang tua saya yang telah membesarkan saya serta memberikan do'a dan dukungan sehingga laporan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Teman-teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namun tidak akan mengurangi rasa hormat yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
8. Teman-teman seperbimbingan saya yang telah memberikan semangat kepada penulis.

Demikian laporan proposal skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 02 Agustus 2021



Darmawan Adi Prasetyo

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah.....	21
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	21
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	22
1.2.3 Rumusan Masalah .....	23
1.3. Tujuan Penelitian .....	23
1.4. Kegunaan Penelitian .....	23
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>25</b>
2.1. Landasan Teori .....	25
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	25
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	25
2. Pemasaran .....	26
3. Bauran Pemasaran .....	27
2.1.2 Nilai Pelanggan .....	30
1. Pengertian Nilai Pelanggan .....	30
2. Kriteria Nilai Pelanggan .....	31

3. Tipe-Tipe Nilai Pelanggan .....	32
4. Dimensi Nilai Pelanggan .....	34
2.1.3 Harga .....	36
1. Pengertian Harga .....	36
2. Peranan Harga .....	37
3. Tujuan Penetapan Harga .....	38
4. Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga .....	40
5. Dimensi Harga .....	41
2.1.4 Kepercayaan Konsumen .....	42
1. Pengertian Kepercayaan Konsumen .....	42
2. Elemen Penting Kepercayaan Konsumen .....	43
3. Manfaat Kepercayaan Konsumen .....	44
4. Dimensi Kepercayaan Konsumen .....	45
2.1.5 Kepuasan Konsumen .....	46
1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	46
2. Manfaat Kepuasan Konsumen .....	48
3. Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen .....	48
4. Faktor-Faktor Pengaruh Kepuasan Konsumen .....	49
2.1.6 <i>E-commerce</i> .....	51
1. Pengertian <i>E-commerce</i> .....	51
2. Jenis-jenis <i>E-commerce</i> .....	52
3. Manfaat <i>E-commerce</i> .....	55
4. Kelebihan <i>E-commerce</i> .....	58
5. Kekurangan <i>E-commerce</i> .....	59
2.2. Penelitian Terdahulu .....	60
2.3. Kerangka Pemikiran .....	68
2.4. Hipotesis Penelitian .....	72
2.5. Paradigma Penelitian .....	72

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>74</b>
3.1. Metode Yang Digunakan .....	74
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian .....	75
3.3. Operasional Variabel .....	75
3.4. Sumber Data dan Cara Penentuan Data .....	82
3.4.1 Sumber dan Jenis Data .....	82
3.4.2 Populasi dan Sampel .....	82
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	84
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	85
3.6. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	88
3.6.1 Uji Keabsahan Data .....	88
3.6.2 Alat Analisis Data .....	89
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....</b>	<b>95</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	95
4.1.1 Sejarah <i>E-commerce</i> Lazada .....	95
4.1.2 Visi dan Misi <i>E-commerce</i> Lazada .....	97
4.2. Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden .....	97
4.2.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	98
4.2.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia .....	98
4.2.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	99
4.2.4 Perhitungan Responden Berdasarkan Status Pekerjaan...	100
4.2.5 Perhitungan Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	101
4.2.6 Perhitungan Responden Berdasarkan Pembelian dalam 6 bulan Terakhir .....	102
4.2.7 Perhitungan Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal .....	103
4.3. Uji Keabsahan Data .....	105
4.3.1 Uji Validitas .....	105

4.3.2 Uji Reabilitas .....	107
4.4. Analisis Data .....	108
4.4.1 Asumsi Pada Analisis Diskriminan .....	108
4.4.2 Analisis Diskriminan .....	111
4.4.3 Variabel yang layak untuk dianalisis .....	114
4.4.4 Menguji Varians dari Setiap Variabel .....	115
4.4.5 Menguji Varians <i>Entered / Removed</i> .....	116
4.4.6 Menguji Variabel yang Signifikan dalam Penelitian .....	117
4.4.7 Menguji <i>Wilks Lambda</i> .....	118
4.4.8 Mengukur Keeratan Hubungan dalam Analisis Diskriminan .....	118
4.4.9 Hasil Uji Variabel Dominan .....	119
4.4.10 Menguji Tabel <i>Structure Matrix</i> .....	120
4.4.11 Menguji Fungsi Disriminan .....	121
4.4.12 Menguji Ketepatan Model Diskriminan .....	124
4.5. Pemecahan Masalah .....	125
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>126</b>
5.1. Kesimpulan .....	126
5.2. Saran .....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>128</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>133</b>

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 1.1. Daftar 5 <i>E-Commerce</i> Terpopuler di Indonesia tahun 2020.....	7
Tabel 1.2 Daftar 5 <i>E-Commerce</i> Terpopuler di Indonesia tahun 2021.....	8
Tabel 1.3. Daftar <i>Review</i> Konsumen pengguna <i>E-Commerce</i> Lazada.....	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	60
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	75
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....	86
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	87
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	98
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	99
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	100
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	101
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	102
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian dalam 6 Bulan Terakhir .....	103
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal .....	104
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan .....	105
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	106
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen .....	107
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas Variabel Nilai Pelanggan, Harga dan Kepercayaan Konsumen .....	108
Tabel 4.12 Koefisien Korelasi Normalitas <i>Multivariate</i> .....	110
Tabel 4.13 <i>Correlation Matrix</i> .....	111
Tabel 4.14 Kesesuaian Data .....	112
Tabel 4.15 Pengelompokkan Sampel .....	113
Tabel 4.16 <i>Test of Equality of Group Means</i> .....	114
Tabel 4.17 Hasil uji <i>Box's M</i> .....	115
Tabel 4.18 Variabel <i>Entered/ Removed</i> .....	116
Tabel 4.19 Variabel <i>in the Analysis</i> .....	117

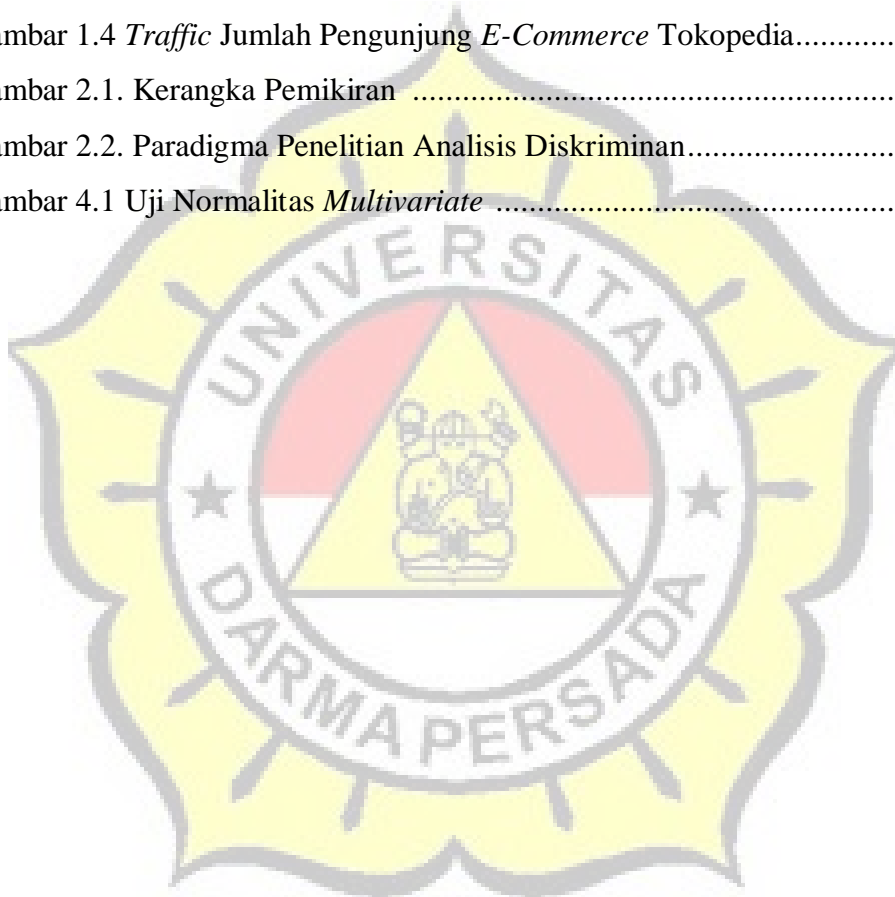
Tabel 4.20 <i>Wilk's Lambda</i> .....	118
Tabel 4.21 Keeratan Hubungan Variabel .....	119
Tabel 4.22 <i>Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients</i> .....	120
Tabel 4.23 <i>Structure Matrix</i> .....	121
Tabel 4.24 <i>Canonical Discriminant Function Coefficients</i> .....	122
Tabel 4.25 Fungsi Diskriminan <i>Fisher</i> .....	123
Tabel 4.26 Hasil Uji Ketepatan Model Diskriminan .....	124



## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 1.1. Pengguna dan Tingkat Penetrasi <i>E-Commerce</i> di Indonesia 2017-2023 .....	3
Gambar 1.2. Ragam Alasan Konsumen Berbelanja <i>Online</i> .....	5
Gambar 1.3 <i>Traffic</i> Jumlah Pengunjung <i>E-Commerce</i> Lazada .....	9
Gambar 1.4 <i>Traffic</i> Jumlah Pengunjung <i>E-Commerce</i> Tokopedia.....	10
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran .....	70
Gambar 2.2. Paradigma Penelitian Analisis Diskriminan.....	73
Gambar 4.1 Uji Normalitas <i>Multivariate</i> .....	109





## DAFTAR LAMPIRAN

### Halaman

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	134
Lampiran 2 Data Daftar Nama Responden .....	141
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner Nilai Pelanggan .....	160
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner Harga .....	163
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner Kepercayaan Konsumen .....	166
Lampiran 6 Tabulasi Data Kuesioner Kepuasan Konsumen .....	169
Lampiran 7 Uji Validitas .....	172
Lampiran 8 Uji Reabilitas .....	175
Lampiran 9 Hasil Output SPSS Analisis Diskriminan .....	176
Lampiran 10 Tabel rHitung .....	182
Lampiran 11 Bukti Penyebaran <i>Link</i> Kuesioner .....	187
Lampiran 12 Catatan Kegiatan Konsultasi .....	189
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup .....	190