

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN PADA
PENGGUNA *E-COMMERCE* ZALORA DI WILAYAH KOTA
BEKASI BERDASARKAN NILAI PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN
(*ANALYSIS OF DIFFERENCES IN CUSTOMER
SATISFACTION ON ZALORA E-COMMERCE USERS IN
BEKASI CITY BASED ON CUSTOMER VALUE AND
CONSUMER TRUST*)**

Oleh

FERNANDA DWI SANTOSA

2017410042

PROPOSAL 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 PENGESAHAN**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN PADA
PENGGUNA *E-COMMERCE* ZALORA DI WILAYAH KOTA
BEKASI BERDASARKAN NILAI PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN*****ANALYSIS OF DIFFERENCES IN CUSTOMER SATISFACTION
ON ZALORA E-COMMERCE USERS IN BEKASI CITY BASED
ON CUSTOMER VALUE AND CONSUMER TRUST***

Oleh:

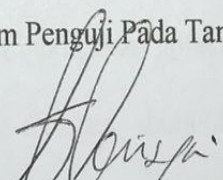
Fernanda Dwi Santosa

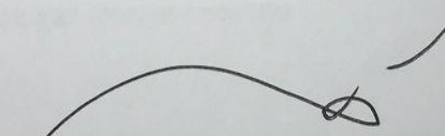
2017410042

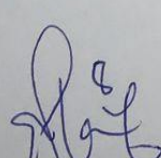
SKRIPSI

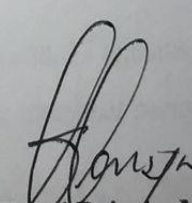
Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

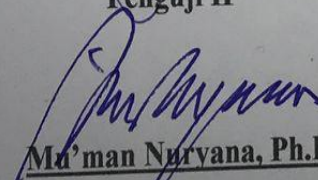
Telah Disetujui Oleh Tim Penguji Pada Tanggal 12 Agustus 2021

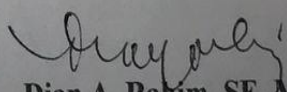

Drs. Fauzi Baisvir, MM
Dosen Pembimbing


Dr. Firsan Nova, SE, MM
Ketua/Penguji I


Ellena Nurfazria H, SE,MM
Penguji II


Drs. Fauzi Baisvir, MM
Penguji III


Ma'man Nuryana, Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi


Dian A. Rahim, SE, M.Si
Ketua Jurusan Ekonomi



LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fernanda Dwi Santosa

Nim : 2017410042

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Pada Pengguna *E-Commerce* Zalora Di Wilayah Kota Bekasi Berdasarkan Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Konsumen yang dibimbing oleh Drs. Fauzi Basyir ,M,M. selaku dosen pembimbing 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 mempertanggungjawabkan. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Jakarta, 17 agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Fernanda dwi santosa

ABSTRAK

Nama : Fernanda Dwi Santosa
Nim : 2017410042
Judul : Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Pada Pengguna *E-commerce* Zalora Di Wilayah Kota Bekasi Berdasarkan Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Konsumen

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 dan kepercayaan konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara membagikan kuesioner melalui *google form* kepada 100 responden pengguna *e-commerce* Zalora di wilayah Kota Bekasi. Teknik sampel menggunakan *quota sampling* dan teknik analisis menggunakan diskriminan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai pelanggan dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan dalam membedakan konsumen yang puas dan tidak puas, hal ini dibuktikan dengan hasil *Variable Entered/Removed* ^{a,b,c,d} bahwa nilai pelanggan mendapatkan angka F hitung 51,161, kepercayaan konsumen mendapatkan angka 28,837, nilai pelanggan dan kepercayaan konsumen lolos dalam uji ini.

Kata kunci : nilai pelanggan, kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen

Jakarta, Juli 2021

Fernanda Dwi Santosa

ABSTRACT

Name : Fernanda Dwi Santosa
Nim : 2017410042
Title : *Analysis of Differences in Customer Satisfaction with Users E-commerce Zalora in the Bekasi City Area Based on Customer Value and Consumer Trust*

This research was conducted with the aim of knowing the significant differences in consumer satisfaction by forming a discriminant model. Consumer satisfaction is divided into two categories, namely satisfied consumers and dissatisfied consumers. Variables that affect customer satisfaction are customer value and consumer trust. The data collection method used was by distributing questionnaires via google form to 100 respondents users of e-commerce Zalora in the Bekasi City area. The sampling technique used quota sampling and the analysis technique used the discriminant. The results show that customer value and consumer trust have a significant effect in distinguishing satisfied and dissatisfied consumers, this is evidenced by the results of Variable Entered/Removed a, b, c, d that customer value gets F count 51.161, consumer confidence gets 28.837, customer value and consumer trust pass this test.

Keyword : *customer value, consumer trust, and consumer satisfaction*

Jakarta, July 2021

Fernanda Dwi Santosa

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi dengan penulisan Proposal Skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA E-COMMERCE ZALORA DI WILAYAH KOTA BEKASI BERDASARKAN NILAI PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN”**

Penulis menyadari bahwa dalam mengerjakan skripsi ini tidak akan terwujud 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
2. Bapak Ir. Mu'man Nuryana Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada
4. Orang Tua penulis yang telah memberikan do'a dan dukungan sehingga laporan ini dapat terselesaikan
5. Sodara saya yang selalu memberikan do'a, mendukung serta membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini
6. Teman –teman yang telah memberikan semangat kepada penulis

Demikian proposal skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan

Jakarta, Juli 2021

Fernanda Dwi Santosa

DAFTAR ISI

	halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan dan Rumusan Masalah.....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	11
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	11
1.2.3 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Pemasaran	14
2.2 <i>E-commerce</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>E- Commerce</i>	15
2.2.2 Jenis-jenis <i>E-commerce</i>	16
2.2.3 Manfaat <i>E-commerce</i>	19
2.2.4 Kelebihan <i>E-commerce</i>	22
2.2.5 Kekurangan <i>E-commerce</i>	23
2.3 Nilai Pelanggan	24

2.3.1 Pengertian Nilai Pelanggan.....	24
2.3.2 Dimensi Nilai Pelanggan.....	25
2.4 Kepercayaan Konsumen.....	27
2.4.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen.....	27
2.4.2 Elemen Penting Kepercayaan Konsumen.....	28
2.4.3 Dimensi Kepercayaan Konsumen.....	29
2.5 Kepuasan Konsumen.....	30
2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	30
2.5.2 Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen.....	32
2.5.3 Faktor-faktor Pengaruh Kepuasan Konsumen.....	33
2.5.4 Manfaat Kepuasan Konsumen.....	34
2.6 Penelitian Terdahulu.....	35
2.7 Kerangka Penelitian.....	47
2.8 Hipotesis.....	49
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN.....	51
3.1 Metode Yang Digunakan.....	51
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	52
3.3 Operasional Variabel.....	52
3.4 Sumber Data dan Cara Penentuan Data.....	59
3.4.1 Sumber dan Jenis Data.....	59
3.4.2 Populasi dan Sampel.....	60
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	66
3.6.1 Uji Keabsahan Data.....	66
3.6.2 Alat Analisis Data.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	74

4.1 Sejarah <i>E-commerce</i> Zalora	74
4.1.1 Visi dan Misi <i>E-commerce</i> Zalora Indonesia	75
4.2 Karakteristik Responden.....	75
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
4.2.3 Karakteristik Rsponden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	77
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	78
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	78
4.2.6 Karakteristik Rsponden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal (Kec)...	79
4.3 Uji Keabsahan Data.....	81
4.3.1 Uji Validitas.....	81
4.3.2 Uji Reabilitas	83
4.3.3 Analisis Diskriminan.....	83
4.3.4 Variabel yang Layak untuk Dianalisis	85
4.3.5 Menguji Varians dari setiap Variabel.....	86
4.3.6 Menguji Variabel Entered/Removed.....	88
4.3.7 Menguji variable yang Signifikan dalam Penelitian	89
4.3.8 Menguji <i>Wilk's Lambda</i>	89
4.3.9 Mengukur Keeratan Hubungan dalam Analisis Diskriminan.....	90
4.3.10 Hasil Uji Variabel Dominan	91
4.3.11 Menguji Tabel Structure Matrix.....	92
4.3.12 Menguji Fungsi Diskriminan	92
4.3.13 Menguji Ketepatan Model Diskriminan	94
4.4 Pemecahan Masalah	95
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	98

5.1 Kesimpulan 98

5.2 Saran 100

DAFTAR PUSTAKA101

LAMPIRAN105

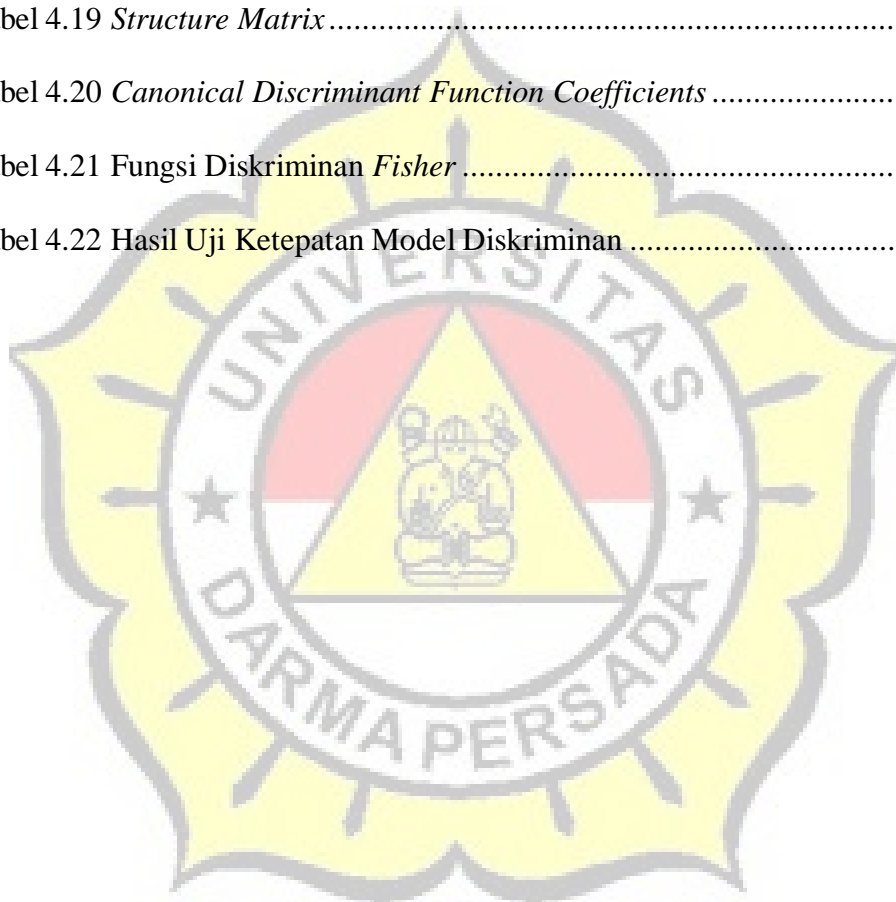


DAFTAR TABEL

halaman

Tabel.1.1 Daftar Pengunjung Web E-Commerce Di Indonesia Dengan Kategori Fashion	4
Tabel 1.2 Daftar Keluhan Konsumen E- Commerce Zalora	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Operational Variabel.....	52
Tabel 3.2 Skala Likert.....	63
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	78
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	79
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	80
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal.....	81
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan	82
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas Variabel Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Konsumen.....	84
Tabel 4.10 Kesesuaian Data	85
Tabel 4.11 Pengelompokkan Sampel.....	86
Tabel 4.12 <i>Test Of Equality Of Group Means</i>	87
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Box's M</i>	88

Tabel 4.14 Variabel <i>Entered/Removed</i>	89
Tabel 4.15 <i>Variables In The Analysis</i>	90
Tabel 4.16 <i>Wilk's Lambda</i>	91
Tabel 4.17 Keeratan Hubungan Variabel	91
Tabel 4.18 <i>Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	92
Tabel 4.19 <i>Structure Matrix</i>	93
Tabel 4.20 <i>Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	94
Tabel 4.21 Fungsi Diskriminan <i>Fisher</i>	94
Tabel 4.22 Hasil Uji Ketepatan Model Diskriminan	96



DAFTAR GAMBAR**halaman**

Gambar 1.1 Aktivitas Pelanggan E- Commerce Di Indonesia	2
Gambar 1.2 Pengguna Dan Tingkat Penetrasi E-Commerce Di Indonesia 2017 - 2023.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	48
Gambar 3.1 Model Struktur Diskriminan	70

