

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

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

Oleh :

Niken Tri Susanti

2017410197

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi (S1)
Konsentrasi Manajemen Pada Universitas Darma Persada**



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

2021

LEMBAR PENGESAHAN

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

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

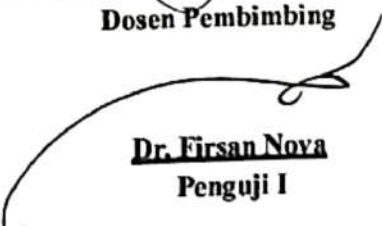
Oleh :
NIKEN TRI SUSANTI
2017410197


SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada tanggal seperti tertera dibawah ini

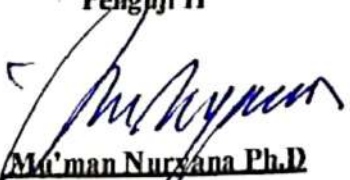
Jakarta, 11 Agustus 2021

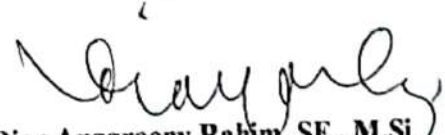

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Dosen Pembimbing


Dr. Firsan Nova
Penguji I


Drs. Fauzi Basyir, MM
Penguji II


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


Ma'man Nurzana Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi


Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Niken Tri Susanti

Nim : 2017410197

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Nilai Pelanggan Pengguna *E-commerce* Lazada di Wilayah Jakarta Timur “. Yang dibimbing oleh Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya.

Jakarta, Agustus 2021

Yang men



Niken Tri Susanti

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 kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara membagikan 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 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berpengaruh signifikan dalam membedakan konsumen yang puas dan tidak puas, sedangkan kepercayaan 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 kualitas pelayanan mendapatkan angka F hitung 275,443, nilai pelanggan mendapatkan angka 178,909, dan kepercayaan pelanggan tidak lolos dalam uji ini.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan, Nilai Pelanggan.

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of finding out significant differences in consumer satisfaction by forming discriminant models. Consumer satisfaction is divided into two categories: satisfied consumers and unsatisfied consumers. Variables that influence customer satisfaction are service quality and customer value. Data collection method used by giving questionnaires through Google form to 100 respondents of Lazada e-commerce users in East Jakarta Region. The sampling technique uses quota sampling and the analysis technique uses discriminant. The results show that service quality and customer value have a significant effect in distinguishing satisfied and unsatisfied consumers, while customer trust has no significant effect in distinguishing satisfied and unsatisfied consumers. This is evidenced by the results of Variable Entered/Removed^{a,b,c,d} that the service quality gets an F-count of 275,443, the customer value gets a score of 178,909, and the customer trust does not pass this test.

Keywords : Service Quality, Customer Trust, Customer Value.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan 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 KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN NILAI PELANGGAN PENGGUNA E-COMMERCE LAZADA DI WILAYAH JAKARTA TIMUR“** Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada.

Saya sangat menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna karena mungkin banyak kekurangan dalam pembuatannya, sehingga saya berharap kepada pembaca agar dapat memberi masukan serta sarannya. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dan memberi dukungan serta doa kepada saya dalam pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar - besarnya kepada :

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, membantu dan memberikan bimbingan serta pengarahan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini
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. Ibu Dra Endang Tri Pujiastuti, MM selaku dosen Pembimbing Akademik Jurusan Manajemen 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. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu memberi kasih sayang, doa, dukungan dan perhatian sepanjang waktu kepada saya hingga dapat menyelesaikan pendidikan sampai sarjana.
7. Untuk kakak dan adik saya Nikko, Welly dan Nikita yang selalu memberi dukungan dan semangat.
8. Untuk Aurel Aritia yang selalu ada untuk menghibur, membantu dan memberi semangat serta selalu menemani saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Untuk sahabat - sahabat saya Aprillia, Anarki, Yani dan Ari yang setia menghibur, memberi semangat dan dukungan kepada saya.
10. Untuk teman saya Rahma Rizki, terima kasih karena selalu membantu, memberikan dukungan dan saran kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Untuk teman - teman Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat saya karena selalu mendukung dan selalu memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima kasih untuk seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini maaf tidak dapat disebut satu persatu.

Demikian skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat saya harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Agustus 2021

Niken Tri Susanti

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah, Batasan Masalah dan Rumusan Masalah	16
1.2.1 Identifikasi Masalah	16
1.2.2 Batasan Masalah	16
1.2.3 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Manajamen Pemasaran	20
2.2 <i>E-commerce</i>	25
2.2.1 Jenis-jenis <i>E-Commerce</i>	26
2.2.2 Manfaat <i>E-Commerce</i>	29

2.2.3 Kelebihan <i>E-Commerce</i>	33
2.2.4 Kekurangan <i>E-Commerce</i>	33
2.3 Kualitas Pelayanan	34
2.3.1 Karakteristik Pelayanan	36
2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	37
2.3.3 Kesenjangan Pelayanan	38
2.4. Kepercayaan Pelanggan	39
2.4.1. Manfaat Kepercayaan Pelanggan	41
2.4.2. Dimensi Kepercayaan Pelanggan	41
2.5 Nilai Pelanggan	43
2.5.1 Dimensi Nilai Pelanggan	44
2.5.2 Kriteria Nilai Pelanggan	46
2.5.3 Peranan Nilai Pelanggan	47
2.5.4 Tipe Nilai Pelanggan	48
2.6 Kepuasan Konsumen	50
2.6.1 Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen	51
2.6.2 Faktor-faktor Pengaruh Kepuasan Konsumen	52
2.6.3 Komponen kepuasan Konsumen	53
2.6.4 Bentuk Kepuasan Konsumen	54
2.6.5 Dimensi Kepuasan Konsumen	55
2.7 Penelitian Terdahulu	55
2.8 Kerangka Penelitian	62
2.9 Hipotesis Penelitian	64

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode yang digunakan	65
3.2 Operasional Variabel	66

3.3	Sumber data dan cara penentuan data	74
3.3.1	Waktu dan Lokasi Penelitian	74
3.3.2	Sumber dan jenis data	74
3.3.3	Cara penentuan data	75
3.4	Teknik pengumpulan data	78
3.5	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	82
3.5.1	Uji Keabsahan Data	82
3.5.2	Alat Analisis Data	83

BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1	Gambaran Umum	90
4.1.1	Sejarah <i>E-commerce</i> Lazada	90
4.1.2	Visi dan Misi <i>E-commerce</i> Lazada	92
4.2	Karakteristik Responden	92
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	93
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	93
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	94
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	95
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	96
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Responden Menggunakan Lazada	97
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Lazada	98

4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Yang Biasa Dibeli	99
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Belanja <i>Online</i>	100
4.2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi Belanja Selain Lazada	101
4.3 Uji Keabsahan Data	102
4.3.1 Uji Validitas	102
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	104
4.4 Analisis Diskriminan.....	108
4.4.1 Pengelompokan Sampel	109
4.4.2 Variabel Yang Layak Untuk Dianalisis.....	110
4.4.3 Menguji Varian Dari Setiap Variabel	111
4.4.4 Menguji Variabel <i>Entered/Removed</i>	112
4.4.5 Menguji Variabel Yang Signifikan Dalam Penelitian ..	114
4.4.6 Menguji <i>Wilk's Lambda</i>	115
4.4.7 Mengukur Keeratan Hubungan Dalam Analisis Diskriminan.....	116
4.4.8 Hasil Uji Variabel Dominan	117
4.4.9 Menguji Variabel <i>Structure Matrix</i>	118
4.4.10 Menguji Fungsi Diskriminan	119
4.4.11 Menguji Fungsi Diskriminan <i>Fisher</i>	120
4.4.12 Menguji Ketepatan Model Diskriminan.....	121
4.5 Pemecahan Masalah.....	122

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	124
5.2	Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	129

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 10 <i>E-commerce</i> Terpopuler di Indonesia	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	63
Gambar 4.1 Uji Normalitas	106

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index	6
Tabel 1.2 Daftar Review Pelanggan <i>E-commerce</i> Lazada	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	56
Tabel 3.1 Operasional Variabel	67
Tabel 3.2 Skala Likert	79
Tabel 3.3 Rentang Skala	81
Tabel 3.4 Interpretasi koefisien korelasi	81
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	93
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	94
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	95
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan ...	96
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	97
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Responden Menggunakan Lazada.....	98
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Lazada.....	99
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Yang Biasa Dibeli	99
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Belanja <i>Online</i>	100
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Berdasarkan Penggunaan Aplikasi Belanja Selain Lazada	101
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	102
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan	103
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan	104

Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Nilai pelanggan	105
Tabel 4.15 Koefisien Korelasi Normalitas <i>Multivariate</i>	106
Tabel 4.16 <i>Correlation Matrix</i>	107
Tabel 4.17 Kesesuaian Data	108
Tabel 4.18 Pengelompokan Sampel	109
Tabel 4.19 <i>Test of Equality of Group Means</i>	110
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>Box's M</i>	111
Tabel 4.21 Variabel <i>Entered/Removed</i>	112
Tabel 4.22 Variabel <i>In The Analysis</i>	114
Tabel 4.23 <i>Wilk's Lambda</i>	115
Tabel 4.24 Keeratan Hubungan Variabel	116
Tabel 4.25 <i>Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	117
Tabel 4.26 <i>Structure Matrix</i>	118
Tabel 4.27 <i>Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	119
Tabel 4.28 Fungsi Diskriminan <i>Fisher</i>	120
Tabel 4.29 Hasil Uji Ketepatan Diskriminan	121

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	132
Lampiran 2	Data Daftar Nama Responden	140
Lampiran 3	Tabulasi Data Kuesioner Kualitas Pelayanan (X1)	152
Lampiran 4	Tabulasi Data Kuesioner Kepercayaan Pelanggan (X2)	157
Lampiran 5	Tabulasi Data Kuesioner Nilai Pelanggan (X3)	162
Lampiran 6	Tabulasi Data Kuesioner Kepuasan Konsumen (Y)	167
Lampiran 7	Tabel r_{hitung}	170
Lampiran 8	Uji Validitas Kualitas Pelayanan	174
Lampiran 9	Uji Validitas Kepercayaan Pelanggan	177
Lampiran 10	Uji Validitas Nilai Pelanggan	178
Lampiran 11	Uji Realibilitas	180
Lampiran 12	Uji Asumsi Analisis Diskriminan.....	181
Lampiran 13	Hasil Output Analisis Diskriminan	182
Lampiran 14	Bukti Penyebaran <i>Link</i> Kuesioner	187
Lampiran 15	Catatan Kegiatan Konsultasi	189
Lampiran 16	Daftar Riwayat Hidup	190