



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN dan KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE LAZADA (di Kota Semarang)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata I
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Penyusun :

Ari Wahyu Nugroho
NIM 14020215130083

DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2022

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ari Wahyu Nugroho

NIM : 14020215130083

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

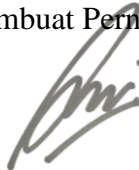
“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan E-commerce Lazada di Kota Semarang”

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat di pergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 30 Juni 2022

Pembuat Pernyataan,



Ari Wahyu Nugroho

NIM 14020215130083

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-commerce Lazada di Kota Semarang "**

Nama Penyusun : Ari Wahyu Nugroho

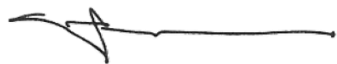
Nim : 14020215130083

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 30 Juni 2022

Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.P
NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing :

1. Dr. Hari Susanta N, M.Si



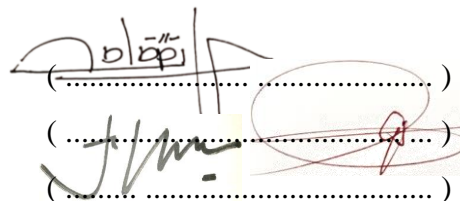
(.....)

Dosen Penguji Skripsi :

1. Drs. Wahyu Hidajat, M.Si

2. Drs. Agus Hermani D. S., MM

3. Dr. Hari Susanta N, M.Si



(.....)
(.....)
(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Bermimpilah karena Tuhan akan memeluk mimpi itu”
-Arai, Edensor-*

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah suatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri”. (Q.S. Ar-Ra’d:11)

PERSEMBAHAN :

- *Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat dan nikmat segalanya sehingga penelitian ini dapat selesai sesuai dengan harapan.*
- *Bapak saya, Markam yang sudah menjadi ayah terhebat dalam hidup saya yang selalu memberikan arti kehidupan, yang dengan sabar membimbing saya dan yang selalu menguatkan saya, serta memberikan segalanya untuk saya.*
- *Ibu saya, Marsinah yang menjadi ibu kuat dan hebat, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat, bantuan, dukungan dalam proses pengerjaan skripsi ini, serta pelajaran kehidupan berharga yang telah diberikan kepada saya.*
- *Pembimbing Bapak Dr. Hari Susanta N, M.Si yang selalu sabar dalam membantu dan membimbing saya dalam setiap bimbingan, yang menyadarkan saya bahwa skripsi harus dibuat dengan penuh dedikasi.*
- *Anak-anak Administrasi Bisnis 2015 yang sangat gokil dan sangat menyenangkan.*
- *Teman-teman 2015 yang sampe titik akhir penghabisan diperkuliahan Dio, Faizul, Rayyan, Faris, dan lainnya yang telah memberikan semangat dan menangis bersama untuk menyelesaikan bersama-sama di akhir semester ini.*

- *Kawan – kawan Spartan Separatos dan Business on Bike, kawan terhebat yang pernah ada*
- *Teman-teman Power Orangers yang sangat banyak sekali sudah menemani dan berbagi pengetahuan dengan saya di UPK Orangers Futsal Fisip.*
- *Bisnismaniatics yang mengajarkan kekeluargaan dan kecintaan yang luarbiasa kepada jurusan Administrasi Bisnis*
- *Untuk Dimas Aditya yang senantiasa membantu saya di perskripsian yang sangat indah ini, yang membantu saya dalam pengerjaan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.*
- *Teman-teman saya di SUSUKA House of Milk, Mas Rizky, Mbak Shasa, Mas Dimas, Mas Ivan, Enji, Dewi, Bebel, Yabel, Salsa, Zaki, Ismi yang sudah mau saya repotkan untuk mengerjakan skripsi ini.*
- *Diri saya sendiri, yang sudah berjuang dalam membuat skripsi ini, yang selalu berusaha untuk tetap bangun di setiap harinya, dan yang percaya bahwa akan ada sesuatu yang baik menunggu.*

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN dan KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE LAZADA (di Kota Semarang)

Abstrak

Pertumbuhan pasar online atau *e-commerce* di Indonesia sangat cepat dan pesat yang membuat pengguna internet ingin berpartisipasi ke dalam kegiatan *e-commerce*. Lazada adalah salah satu dari sekian banyak situs *e-commerce* di Indonesia. Namun berdasarkan data ternyata merefleksikan bahwa tingkat kualitas pelayanan pada lazada masih ada yang tidak puas terhadap pelayanannya, tingkat kepercayaan dalam berbelanja di lazada masih memiliki ketidak percayaannya dalam berbelanja di lazada, dimana hal ini menunjukkan adanya kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan dalam berbelanja di Lazada masih bermasalah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, sampel diambil sebanyak 100 responden dengan kriteria pernah melakukan transaksi pada e-commerce Lazada. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS 21.0 for Windows dengan dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, dan uji signifikansi (uji t dan uji F). Hasil dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif sebesar (0,885) dan signifikan t-hitung (15,225) dan koefisien determinasi 70,0%. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif sebesar (1,551) dan signifikan sebesar t-hitung (19,500) dan koefisien determinasi 79,3%. Kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif yaitu sebesar 0,391 dan 1,053 dan juga berpengaruh signifikan sebesar F-hitung (275,583). Berdasarkan hasil penelitian saran untuk e-commerce Lazada dalam meningkatkan kualitas pelayanan dengan kemudahan penggunaan, penambahan fasilitas, kecepatan bertransaksi. Sementara yang berkaitan dengan kepercayaan yaitu kehandalan aplikasi, meningkatkan kredibilitas dan menjaga keamanan data pribadi pelanggan.

Kata kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND TRUST ON LAZADA E-COMMERCE CUSTOMER SATISFACTION (in Semarang City)

Abstract

The growth of the online market or e-commerce in Indonesia is very fast and rapid which makes internet users want to participate in e-commerce activities. Lazada is one of the many e-commerce sites in Indonesia. However, based on the data it turns out that it reflects that the level of service quality at Lazada is still dissatisfied with the service, the level of trust in shopping at Lazada still has distrust in shopping at Lazada, which shows that the quality of service and the level of trust in shopping at Lazada are still problematic. . This study aims to determine the effect of service quality and trust on customer satisfaction. The type of research used is explanatory research, the sample is taken as many as 100 respondents with the criteria of having made transactions on e-commerce Lazada. The sampling technique used is accidental sampling and data collection techniques using a questionnaire. The analytical tool used is SPSS 21.0 for Windows with validity test, reliability test, correlation coefficient test, coefficient of determination, simple and multiple regression analysis, and significance test (t test and F test). The results in this study are the quality of service partially positive effect of (0.885) and significant t-count (15.225) and the coefficient of determination 70.0%. Trust partially has a positive effect of (1,551) and is significant for t-count (19,500) and the coefficient of determination is 79,3%. Quality of service and trust simultaneously have a positive effect that is equal to 0.391 and 1.053 and also has a significant effect of F-count (275.583). Based on the results of the research, suggestions for e-commerce Lazada in improving service quality with ease of use, additional facilities, transaction speed. Meanwhile, those related to trust are application reliability, increase credibility and maintain customer personal data security

Keywords: Customer Satisfaction, Quality Service, Trust

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah Swt. atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan di E-Commerce Lazada (di Kota Semarang)”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam proses penyelesaian penelitian ini.

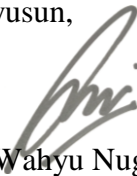
Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan santunan, saran dan kritik serta doa sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan dengan baik, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
4. Dr. Hari Susanta N, M.Si. selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.

5. Drs. Agus Hermani D S, MM. pula sebagai selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
6. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si. selaku dosen penguji dan dosen wali yang telah membimbing penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh dosen Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
8. Seluruh responden atas kesediaannya untuk mengisi kuesioner yang telah penulis berikan.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran konstruktif sangat penulis harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 30 Juni 2022
Penyusun,



Ari Wahyu Nugroho
NIM. 14020215130083

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN	II
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	IV
Abstrak	VI
Abstract	VII
KATA PENGANTAR	VIII
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	14
1.5 Kerangka Teori	16
1.5.1 Perilaku Konsumen	16
1.5.1.1 Pendekatan Kualitas Pelayanan	17
1.5.2 Kepercayaan	19
1.5.3 Kepuasan	21
1.5.3.1 Pengertian Kepuasan	21
1.5.4 Penelitian terdahulu	24
1.5.5 Relevansi Antara Variabel	27
1.5.5.1 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan	27
1.5.5.2 Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan	28
1.5.5.3 Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan	28
1.6 Hipotesis	29
1.7 Definisi Konseptual	30

1.7.1	Kualitas Pelayanan.....	31
1.7.2	Kepuasan	31
1.7.3	Kepercayaan	31
1.8	Definisi Operasional.....	31
1.8.1	Variabel Bebas	32
1.8.1.1	Kualitas Pelayanan	32
1.8.1.2	Kepercayaan	32
1.8.2	Variabel Terikat	33
1.8.2.1	Kepuasan	33
1.9	Metode Penelitian.....	33
1.9.1	Tipe Penelitian	33
1.9.2	Populasi dan sampel.....	34
1.9.2.1	Populasi	34
1.9.2.2	Sampel.....	34
1.9.3	Teknik Pengambilan Sampel	35
1.9.4	Jenis dan Sumber Data.....	36
1.9.4.1	Jenis Data	36
1.9.4.2	Sumber Data.....	37
1.9.5	Skala Pengukuran	37
1.9.6	Teknik Pengumpulan Data.....	38
1.9.7	Instrumen Penelitian	39
1.9.8	Uji dan Analisis	39
BAB II.....		49
GAMBARAN UMUM LAZADA		49
2.1	Sejarah.....	49
2.2	Visi dan Misi	51
2.3	Identitas Responden Konsumen Lazada	52
2.4	Jenis Kelamin Responden	53
2.6	Usia Responden.....	53

2.7	Pendidikan Terakhir Responden.....	54
2.8	Jenis Pekerjaan Responden.....	55
BAB III		57
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN.....		57
3.1	Uji Validitas	58
3.2	Uji Reliabilitas.....	65
3.2.1	Variabel Kualitas Pelayanan	66
3.2.2	Variabel Kepercayaan	78
3.2.3	Variabel Kepuasan Pelanggan.....	89
3.3	Analisis Korelasi	102
3.4	Analisis Regresi Sederhana	104
3.5	Analisis Regresi Berganda	108
3.6	Uji t.....	110
3.7	Uji F.....	113
3.9	Pembahasan	118
BAB IV		127
PENUTUP		127
4.1	Kesimpulan.....	127
4.2	Saran	129
DAFTAR PUSTAKA		131
LAMPIRAN.....		133

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra-survei permasalahan pada lazada di kota semarang	7
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 1. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi	41
Table 2. 1 Jenis Kelamin Responden	53
Table 2. 2 Usia Responden.....	54
Table 2. 3 Tingkat Pendidikan Responden.....	55
Table 2. 4 Jenis Pekerjaan Responden	56
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	59
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan	61
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	64
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	65
Tabel 3. 5 Kemudahan dalam mengoperasikan website Lazada.....	67
Tabel 3. 6 Kecepatan dalam mengoperasikan website Lazada	67
Tabel 3. 7 Ketanggapan Aplikasi Lazada menanggapi keluhan pelanggan	68
Tabel 3. 8 Fasilitas yang disediakan Aplikasi Lazada	69
Tabel 3. 9 Kecepatan aplikasi Lazada menyediakan sistem transaksi pesanan	69
Tabel 3. 10 Kemudahan transaksi pembelian pada aplikasi Lazada	70
Tabel 3. 11 Keamanan data pribadi yang dimasukkan dalam aplikasi Lazada.....	71
Tabel 3. 12 Jaminan data pribadi konsumen di aplikasi Lazada aman dan tidak disebarluaskan	72
Tabel 3. 13 Kelancaran situs/website aplikasi Lazada ketika digunakan bertransaksi	73
Tabel 3. 14 Rekapitulasi jawaban responden mengenai kualitas pelayanan.....	74
Tabel 3. 15 Kategori penilaian variable kualitas pelayanan.....	77
Tabel 3. 16 Kehandalan aplikasi Lazada sehingga dapat memproses transaksi belanja dengan cepat dan tepat	79
Tabel 3. 17 Kepercayaan terhadap efisiensi website yang diberikan Lazada	80
Tabel 3. 18 Keyakinan untuk memberikan data pribadi kepada Aplikasi Lazada.....	81
Tabel 3. 19 Kepercayaan berkaitan dengan data pribadi aman dalam Aplikasi Lazada	82
Tabel 3. 20 Kepercayaan terhadap kredibilitas aplikasi Lazada sebagai tempat bertransaksi	83
Tabel 3. 21 Kredibilitas aplikasi Lazada sebagai tempat bertransaksi yang bertanggung jawab terhadap transaksi yang terjadi	83
Tabel 3. 22 Rekapitulasi jawaban responden mengenai kepercayaan	85
Tabel 3. 23 Kategori penilaian variable kepercayaan	88
Tabel 3. 24 Perasaan atas pengalaman berbelanja di Aplikasi Lazada	90

Tabel 3. 25 Perasaan terhadap proses belanja pada Aplikasi Lazada sesuai dengan yang ditawarkan	91
Tabel 3. 26 Perasaan saat melakukan transaksi menggunakan aplikasi lazada merupakan pilihan yang bijak	92
Tabel 3. 27 Perasaan merasa merasa tepat untuk memilih Aplikasi Lazada sebagai tempat untuk bertransaksi dan berbelanja	93
Tabel 3. 28 Perasaan yang baik karena sudah memutuskan bahwa aplikasi lazada dapat dipercaya	94
Tabel 3. 29 Perasaan yang tepat menggunakan Aplikasi Lazada dalam bertransaksi dan berbelanja	95
Tabel 3. 30 Perasaan ketika menggunakan Aplikasi Lazada sebagai sarana untuk membeli produk	96
Tabel 3. 31 Keinginan yang terpenuhi saat menggunakan Aplikasi Lazada	97
Tabel 3. 32 Rekapitulasi jawaban responden mengenai kepuasan pelanggan	98
Tabel 3. 33 Kategori penilaian variabel kepuasan konsumen	101
Tabel 3. 34 Hubungan Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y).....	103
Tabel 3. 35 Model Persamaan Regresi Sederhana	104
Tabel 3. 36 Model Persamaan Regresi Sederhana	106
Tabel 3. 37 Model Persamaan Regresi Berganda	108
Tabel 3. 38 Hasil uji F.....	114
Tabel 3. 39 Determinasi Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.....	116
Tabel 3. 40 Determinasi Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan	117
Tabel 3. 41 Determinasi kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data e-commerce yang banyak dikunjungi di Indonesia	5
Gambar 1. 2 Respon Pelanggan	10
Gambar 1. 3 Respon Pelanggan	11
Gambar 1. 4 Respon Pelanggan	11
Gambar 1. 5 Jumlah Pengunjung Bulanan Lazada Tahun 2020	12
Gambar 1. 6 Model Hipotesis	30
Gambar 1. 7 Kurva Hasil Uji t (two tail).....	46
Gambar 1. 8 Kurva Hasil Uji F	48
Gambar 3. 1 Daerah penerimaan dan penolakan uji t Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	111
Gambar 3. 2 Daerah penerimaan dan penolakan uji t Kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan	112
Gambar 3. 4 Hasil penerimaan atau penolakan uji f kualitas pelayanan dan kepercayaan	115