

**Pengaruh Kualitas Produk dan *E-Service Quality* Terhadap
Kepuasan Pelanggan di *E-Commerce* Lazada (Studi Pada
Konsumen Lazada di Semarang)**



SKRIPSI

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

Penyusun :

Rayyan Goldie Najib

NIM 14020215130076

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Rayyan Goldie Najib
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020215130076
3. Tempat / Tanggal Lahir : Pati / 03 Januari 1997
4. Jurusan / Program Studi : S1 Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Tentara Pelajar No.8 Pati

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

“Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan di E-Commerce Lazada (Studi Pada Konsumen Lazada di Semarang)”

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 30 Juni 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Pembuat Pernyataan,



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si..
NIP. 197603302003122001



Rayyan Goldie Najib
NIM. 14020215130076

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si..
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality Terhadap
Kepuasan Pelanggan di E-Commerce Lazada (Studi Pada
Konsumen Lazada di Semarang)

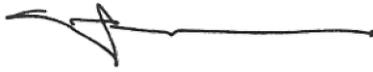
Nama Penyusun : Rayyan Goldie Najib

Departemen : Administrasi Bisnis

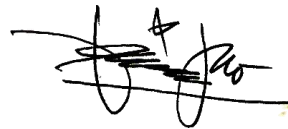
Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata
I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro

Dekan

Semarang, 30 Juni 2022
Wakil Dekan I



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



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


Dosen Pembimbing:

1. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.

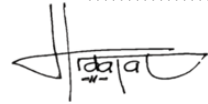
(.....)

Dosen Penguji Skripsi:

1. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si.

(.....)

2. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si.

(.....)

3.

(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.” – Umar bin Khattab

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt. skripsi ini saya susun untuk:

- 1. Kedua orang tua saya yang selalu menyemangati saya dalam penyusunan skripsi.*
- 2. Dosen pembimbing skripsi saya, Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. yang telah membimbing saya dalam penyusunan skripsi.*
- 3. Teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2015 yang selalu menemani saya dan berjuang bersama selama masa perkuliahan.*
- 4. Seluruh pihak-pihak yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi.*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN E-SERVICE QUALITY
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI E-COMMERCE LAZADA
(STUDI PADA KONSUMEN LAZADA DI SEMARANG)**

ABSTRAKSI

Kualits produk dan pelayanan pada aplikasi online (*e-services*) Lazada adalah hal yang paling sering dikeluhkan oleh konsumen, sehingga dikhawatirkan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan Lazada terutama di wilayah Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan di E-Commerce Lazada di Semarang) Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, dimana teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner dan sampel berjumlah 100 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Responden yang dipilih adalah konsumen yang melakukan pembelian pada aplikasi Lazada di wilayah Semarang. Teknik analisis data yaitu regresi linear dengan SPSS versi 23.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Aplikasi Lazada Semarang. *e-service quality* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen di Aplikasi Lazada Semarang. Kualitas produk dan *e-service quality* secara bersama-sama juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Saran penulis adalah hendaknya Aplikasi Lazada menekankan seller agar selalu menyediakan produk yang berkualitas serta memberikan pelayanan yang prima dari admin dan manajemen Lazada. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti selain dari variabel kualitas produk dan *e-service quality* sehingga dapat memperkuat kepuasan pada Konsumen Aplikasi Lazada di Semarang

Kata Kunci: *E-Service Quality*, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND E-SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER SATISFACTION IN LAZADA E-COMMERCE (STUDY ON
LAZADA CONSUMERS IN SEMARANG)***

ABSTRACT

The quality of products and services in Lazada's online applications (e-services) is the thing that consumers often complain about, so it is feared that it will affect Lazada's customer satisfaction, especially in the Semarang area.

This study aims to determine the Effect of Product Quality and E-Service Quality on Customer Satisfaction at E-Commerce Lazada in Semarang) The type of research used is explanatory research, where the data collection technique used is by using a questionnaire and a sample of 100 people using this technique. purposive sampling. The selected respondents are consumers who make purchases on the Lazada application in the Semarang area. The data analysis technique is linear regression with SPSS version 23.

The results of the study indicate that product quality has a positive and significant influence on consumer satisfaction in the Lazada Semarang application. e-service quality also has a positive and significant effect on consumer decisions in the Lazada Semarang application. Product quality and e-service quality together also have a significant effect on satisfaction.

The author's suggestion is that the Lazada application should emphasize the seller to always provide quality products and provide excellent service from the Lazada admin and management. Further research is recommended to examine other than product quality and e-service quality variables so that it can strengthen satisfaction on Lazada Application Consumers in Semarang.

Keywords: E-Service Quality, Customer Satisfaction, Product Quality

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 Produk dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan di E-Commerce Lazada (Studi Pada Konsumen Lazada di 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.

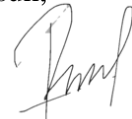
Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan santunan, saran dan kritik serta doa sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan dengan baik, khususnya kepada:

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. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.

5. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si. juga sebagai selaku dosen pembimbing 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,



Rayyan Goldie Najib
NIM. 14020215130076

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Kerangka Teori.....	14
1.5.1 Pemasaran.....	14
1.5.2 Perilaku Konsumen	16
1.5.3 E-Commerce.....	18
1.5.4 Kualitas Produk	20
1.5.5 Kualitas Pelayanan Elektronik (<i>E-Servqual</i>).....	31
1.5.6 Kepuasan Konsumen.....	36
1.5.7 Penelitian Terdahulu	41
1.5.8 Pengaruh Antar Variabel.....	43
1.6 Hipotesis.....	47
1.7 Definisi Konseptual.....	48
1.7.1 Definisi Kualitas Produk	48

1.7.2	Definisi E-Service Quality	49
1.7.3	Definisi Kepuasan Konsumen.....	49
1.8	Definisi Operasional.....	49
1.8.1	Kualitas Produk (X ₁)	50
1.8.2	E-Service Quality (X ₂)	51
1.8.3	Kepuasan Konsumen (Y)	51
1.9	Metode Penelitian.....	52
1.9.1	Tipe Penelitian.....	52
1.9.2	Populasi dan Sampel	52
1.9.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	53
1.9.4	Jenis dan Sumber Data	54
1.9.5	Teknik Pengumpulan Data	56
1.9.6	Teknik Pengolahan Data	58
1.9.7	Teknik Analisis Data.....	59
 BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		67
2.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	67
2.1.1	Profil Lazada	67
2.1.2	Produk Lazada.....	68
2.1.3	Pemesanan dan Pembayaran	68
2.1.4	Pengiriman	69
2.1.5	Kebijakan Kualitas produk Lazada	70
2.1.6	Visi dan Misi Lazada.....	72
2.2.	Profil Demografi Responden.....	72
 BAB III PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN <i>E-SERVICE QUALITY</i> TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI E-COMMERCE LAZADA (STUDI PADA KONSUMEN LAZADA DI SEMARANG).....		75
3.1	Analisis Statistik.....	75
3.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	75
3.1.2	Analisis Tabel Tunggal	77

3.1.2.1 Analisis Terhadap Variabel Kualitas Produk	77
3.1.2.2 Analisis Terhadap Variabel <i>E-Service Quality</i>	82
3.1.2.3 Analisis Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	87
3.2 Uji Asumsi Klasik	91
3.3 Analisis Korelasi	93
3.4 Analisis Regresi dan Uji Hipotesis.....	94
3.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	94
3.4.2 Uji Hipotesis.....	95
3.5 Koefisien Determinasi (R^2)	97
3.6 Pembahasan	97
BAB IV PENUTUP	101
4.1 Kesimpulan.....	101
4.2 Saran.....	102
4.2.1 Bagi Aplikasi Lazada	102
4.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	102
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Pembelian di Lazada.....	9
Tabel 1.1 Aplikasi Mobile Shopping yang Paling Populer di Google Play.....	10
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 1.4 Tabel Skala Likert.....	55
Tabel 1.5 Interpretasi Koefisien Korelasi	59
Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	75
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel E-Service Quality.....	76
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	76
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	77
Tabel 3.5 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	78
Tabel 3.6 Persepsi Responden Terhadap Variabel E-Service Quality.....	82
Tabel 3.7 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kepuasan.....	86
Tabel 3.8 Hasil Multikolinieritas	91
Tabel 3.9 Analisis Korelasi	93
Tabel 3.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	94
Tabel 3.11 Hasil Uji Parsial (Uji t)	95
Tabel 3.12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Penggunaan <i>e-commerce</i> di Indonesia (2017-2023).....	2
Gambar 1.2 Pembelian dan Pertumbuhan E-Commerce berdasarkan Kategori Produk di Indonesia, 2019	6
Gambar 1.3 Review Konsumen pada Lazada	10
Gambar 1.4 Model Hipotesis	47
Gambar 1.5 Kurva Hasil Uji T (<i>two tail</i>).....	61
Gambar 1.6 Kurva Hasil Uji F	63
Gambar 1.4 Model Hipotesis	47
Gambar 2.1 Diagram Persentase Responden Menurut Usia	73
Gambar 2.2 Diagram Persentase Responden Menurut Jenis Kelamin.....	73
Gambar 2.3 Diagram Persentase Responden Menurut Pekerjaan.....	74
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	92
Gambar 4.5 Hasil Normalitas.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Kuesioner	104
Lampiran II	: Deskriptif Responden	106
Lampiran III	: R Tabel dan t Tabel	107
Lampiran IV	: Uji Validitas Reliabilitas Kualitas Produk.....	109
Lampiran V	: Uji Validitas Reliabilitas <i>E-Service Quality</i>	110
Lampiran VI	: Uji Validitas Reliabilitas Kepuasan.....	111
Lampiran VII	: Uji Korelasi Antar Variabel.....	112
Lampiran VIII	: Uji Asumsi Klasik, Koefisien Determinasi, Regresi, Uji t dan Uji F.....	113
Lampiran IX	: Tabulasi Data	115