

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *E-COMMERCE*
LAZADA DI WILAYAH KOTA BEKASI**

SKRIPSI

Oleh

Nur Syeha Rahmawati

201810325224



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Nilai Pelanggan,
Kepercayaan Konsumen dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen *E-commerce* Lazada di
Wilayah Kota Bekasi.

Nama Mahasiswa : Nur Syeha Rahmawati

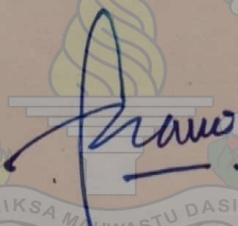
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325224

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 15 Juli 2022

Jakarta, 19 Juli 2022

Menyetujui
Pembimbing


Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M

NIDN : 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *E-commerce* Lazada di Wilayah Kota Bekasi.

Nama Mahasiswa : Nur Syeha Rahmawati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325224

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Jakarta, 19 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM
NIDN : 0012016601

Penguji I : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA
NIDN : 0309048102

Penguji II : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM
NIDN : 0329017202

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

Dr. Istianingsih, SE., M.S.Ak.,
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *E-commerce* Lazada di Wilayah Kota Bekasi. Merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari di temukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipijamkan dan di gunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jakarta, 19 Juli 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Nur Syeha Rahmawati

201810325224

ABSTRAK

Nur Syeha Rahmawati, 201810325224. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *E-commerce* Lazada di Wilayah Kota Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besarkah Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *E-commerce* Lazada di Wilayah Kota Bekasi. Dasar penelitian ini menggunakan 203 responden untuk digunakan sebagai sampel dalam penelitian, dimana dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen Lazada di Kota Bekasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dan Uji Hipotesis. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software SmartPLS 3.0.

Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa : 1) nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 2) kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Nur Syeha Rahmawati, 201810325224. *The Influence of Customer Value, Consumer Trust, and Service Quality on Lazada E-commerce Consumer Satisfaction in the Bekasi City Area.*

This study aims to determine how much influence customer value, consumer trust, and service quality have on Lazada's e-commerce consumer satisfaction in the Bekasi City area. The basis of this study used 203 respondents to be used as samples in the study, where in this study used primary data obtained by distributing questionnaires to Lazada consumers in Bekasi City. The data analysis technique in this study used Partial Least Square (PLS) and Hypothesis Testing. Data processing in this study using the SmartPLS 3.0 software program.

Based on the results of this study, it is explained that: 1) customer value has a positive and significant effect on customer satisfaction; 2) consumer trust has a positive and significant effect on consumer satisfaction; 2) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Customer Value, Consumer Trust, Service Quality, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

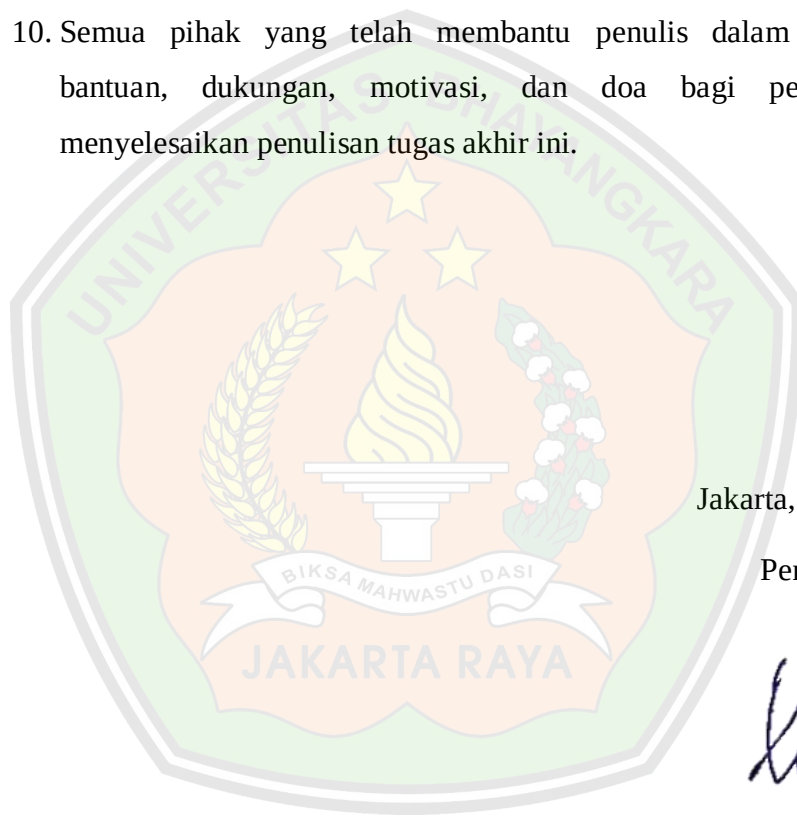
Dengan rahmat Allah SWT serta puji dan bersyukur kepada-Nya, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi dan penulisan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *E-commerce* Lazada Di Wilayah Kota Bekasi”.

Laporan skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mencapai gelar setara Sarjana Muda Ekonomi, Jurusan Manajemen Jenjang S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa dalam mengerjakan laporan 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 Inspektur Jendral Polisi (P) Dr (c) Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, S.E., M.S. Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
4. Bapak Dr. Wastam Wahyu Hidayat. Se., MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa membimbing serta memberi dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai tepat pada waktunya.
5. Bapak Adi Wibowo Noor Fikri, S. Kom. MBA. Selaku Dosen Pembimbing Akademik semester 1 hingga semester 6 yang tetap selalu memberi bimbingan dan dukungan kepada peneliti.
6. Bapak Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa membimbing serta memberi dukungan kepada peneliti.

7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Untuk kedua orang tua dan keluarga saya yang telah mendidik, memberi semangat yang selalu mendoakan memberi perhatian dan nasihatnya.
9. Untuk teman-teman saya Annisa, Deva, Eny, Ica, Messy, Torik, Serly, Ova, Indra, Rizal, serta teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberi semangat dan hiburan kepada peneliti.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam memberikan bantuan, dukungan, motivasi, dan doa bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.



Jakarta, 19 Juli 2022

Penulis

Nur Syeha Rahmawati

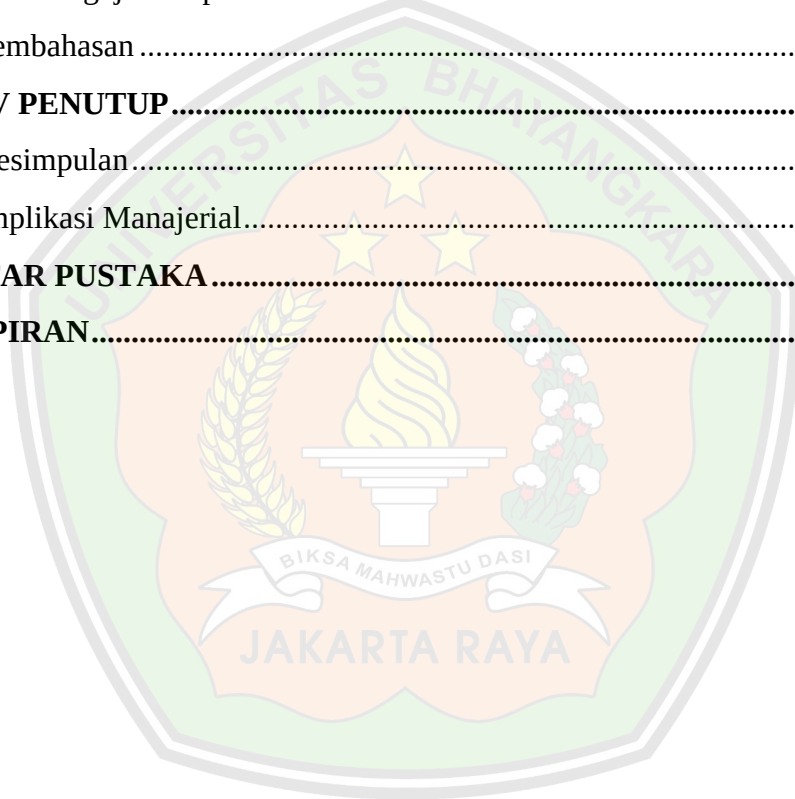
NPM :201810325224

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Batasan Masalah.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Nilai Pelanggan.....	13
2.1.1 Pengertian Nilai Pelanggan.....	13
2.1.2 Dimensi Nilai Pelanggan	14
2.1.3 Karakteristik Nilai Pelanggan	15
2.1.4 Indikator Nilai Pelanggan	16
2.2 Kepercayaan Konsumen	16
2.2.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen	16
2.2.2 Dimensi Kepercayaan Konsumen.....	17
2.2.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepercayaan Konsumen	18
2.2.4 Indikator Kepercayaan Konsumen.....	19
2.3 Kualitas Pelayanan	20

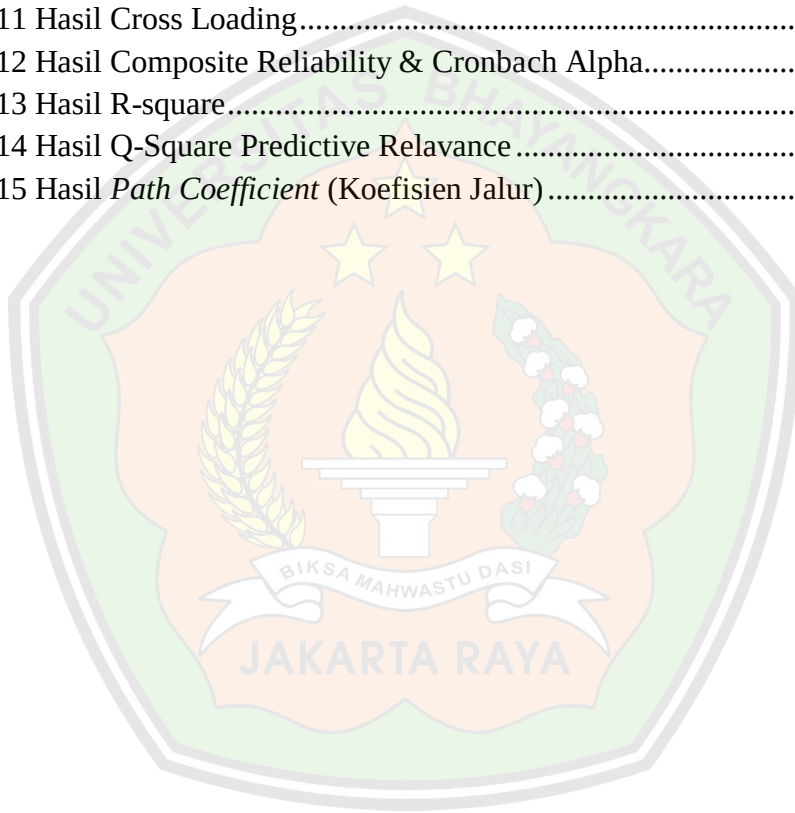
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	20
2.3.3 Manfaat Kualitas Pelayanan	21
2.4 Kepuasan Konsumen	22
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	22
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	23
2.4.3 Dimensi Kepuasan Konsumen	24
2.4.4 Indikator Kepuasan Konsumen	24
2.5 Hipotesis	25
2.6 Kerangka Pemikiran	26
2.7 Penelitian Terdahulu.....	28
2.8 Pengaruh Antar Variabel	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Tahap Penelitian	34
3.3 Model Konseptual.....	35
3.4 Operasional Variabel	37
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
3.6 Metode Pengambilan Sampel	41
3.6.1 Populasi Penelitian.....	41
3.6.2 Sampel Penelitian.....	42
3.7 Teknik Pengumpulan Data	43
3.8 Metode Analisis Data	43
3.8.1 Analisis Deskriptif	44
3.8.2 Analisis SEM PLS	44
3.8.3 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	45
3.8.4 Evaluasi Model Structural (Inner Model)	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum	48
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Lazada Indonesia.....	48
4.1.2 Visi dan Misi Lazada	49

4.1.3 Lokasi Perusahaan	49
4.1.4 Logo Perusahaan Lazada	50
4.2 Identitas Responden.....	50
4.2.1 Identitas Responden.....	50
4.3 Hasil Analisis Data	52
4.3.1 Skema Model Partial Least Square	52
4.3.2 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	52
4.3.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	58
4.3.4 Pengujian Hipotesis	62
4.4 Pembahasan	63
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Implikasi Manajerial.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	73



DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Review Negatif Nilai Pelanggan Konsumen E-commerce Lazada</i>	4
Tabel 2 <i>Review Negatif Kepercayaan Konsumen E-commerce Lazada</i>	5
Tabel 3 <i>Penelitian Terdahulu</i>	28
Tabel 4 <i>Operasional Variabel</i>	37
Tabel 5 <i>Skala Likert</i>	43
Tabel 6 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	51
Tabel 7 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</i>	51
Tabel 8 <i>Hasil Outer Model (Loading Factor)</i>	54
Tabel 9 <i>Hasil Outer Model Tahap 2</i>	55
Tabel 10 <i>Hasil Average Variance Extracted (AVE)</i>	56
Tabel 11 <i>Hasil Cross Loading</i>	57
Tabel 12 <i>Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha</i>	58
Tabel 13 <i>Hasil R-square</i>	59
Tabel 14 <i>Hasil Q-Square Predictive Relavance</i>	60
Tabel 15 <i>Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur)</i>	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tingkat Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia 2017-2023	2
Gambar 2 Daftar 5 <i>E-commerce</i> Terpopuler di Indonesia	2
Gambar 3 <i>Review</i> Negatif Kualitas Pelayanan Pada <i>E-commerce</i> Lazada	7
Gambar 4 Rating <i>Review</i> /Penilaian Konsumen <i>E-commerce</i> Lazada.....	8
Gambar 5 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 6 Model Konseptual	36
Gambar 7 Logo Lazada.....	50
Gambar 8 Outer Model	53
Gambar 9 Inner Model	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Persetujuan Pembimbing
Lampiran 2	Uji Plagiarisme Skripsi
Lampiran 3	Uji Referensi Skripsi
Lampiran 4	Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
Lampiran 5	Kuesioner Google Form
Lampiran 6	Tabulasi Data Responden
Lampiran 7	Hasil Uji SmartPLS
Lampiran 8	Daftar Riwayat Hidup

