

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
APLIKASI BELANJA ONLINE LAZADA.CO.ID
DI KELURAHAN SAKO BARU KOTA PALEMBANG**



Skripsi

Nama : Kresnatama

NIM : 212016239

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
APLIKASI BELANJA ONLINE LAZADA.CO.ID
DI KELURAHAN SAKO BARU KOTA PALEMBANG**

Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

SKRIPSI



Nama : Kresnatama

NIM : 212016239

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah in:

Nama : Kresnatama
NIM : 212016239
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI APLIKASI BELANJA ONLINE LAZADA.CO.ID (STUDY KASUS DI KELURAHAN SAKO BARU, KECAMATAN SAKO, KOTA PALEMBANG)

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.



Palembang, Juni 2020

Kresnatama
Kresnatama

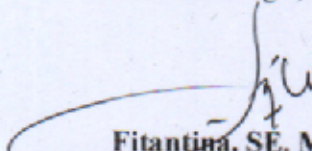
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi belanja Online Lazada.co.id (Study Kasus di Kelurahan Sako Baru Kota Palembang)

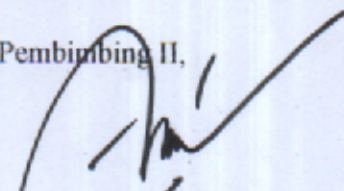
Nama : Kresnatama
NIM : 212016239
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, 13 Agustus 2020

Pembimbing I,


Fitantina, SE. M.Si
NIDN: 0028026301

Pembimbing II,


Yudha Mahrom DS, SE.M.Si
NIDN: 0221036902

Mengetahui,
Dekan
u.b.Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, SE. M. Si
NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

*“Waktu bagaikan pedang, jika kamu tidak Memanfaatkannya dengan baik,
maka ia yang akan memanfaatkanmu”*

-HR. Muslim-

*“Dunia ini ibarat bayangan. Kalau kamu berusaha menangkapnya,
ia akan lari. Tapi kalau kamu membelakangi nya,
ia tak punya pilihan lain selain mengikutimu”*

-Ibnu Qayyim Al Jauziyah-

Persembahan

*Segala Puji Bagi Allah Wahai Tuhan Semesta Alam
Nabi Muhammad Rasulullah Shallallahu Alaihi Wassalam Yang
Terkasih*

Kupersembahkan Karya Sederhana ini Kepada :

- 1. Nenek Ku Tercinta*
- 2. Orang Tuaku Tercinta*
- 3. Adikku Yang Tersayang*
- 4. Dosen-Dosenku Yang Luar Biasa*
- 5. Sahabat-Sahabatku Yang Penuh Kekompakkan*

PRAKATA

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillah Rabbil'Alamin puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang selalu melindungi, mencurahkan rahmat, dan hidayah-nya sehinggapenyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aplikasi Belanja Online Lazada.co.id (Study Kasus di Kelurahan Sako Baru, Kecamatan Sako, Kota Palembang)**” dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan karena bantuan dari banyak pihak. Olehkarena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada kedua orang tuakutercinta Ayahanda dan Ibuku beserta Saudara-Saudaraku yang tersayang.Kupersembahkan karya kecil ini, untuk cahaya hidupku yang senantiasamendoakan setiap waktu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selain

itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis juga menyampakan rasaterimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Abid Djazuli S.E.,M.M selaku rektor universitas muhammadiyahPalembang.
2. Bapak Fauzi Ridwan S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan BisnisUniversitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani S.E.,M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd.,M.Siselaku Ketua Dan Sekretaris Program Studi Manajemen UniversitasMuhammadiyah Palembang.
4. Ibu Fitantina, S.E.,M.Si dan Bapak Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si selakupembimbing I dan II.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UniversitasMuhammadiyah Palembang.
6. Kepada para responden yang telah bersedia menyediakan waktunya untuk ikutmembantu dalam penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu.

Semoga semua amal baik mereka dicatat sebagai amalan yang baik oleh AllahSWT. Penulis berharap semoga dari laporan penelitian ini memberikan manfaatbagi pembaca. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Palembang, Agustus 2020

Kresnatama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Bagi Penulis.....	5
2. Bagi Almamater.....	5
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Kualitas Pelayanan.....	6
2. Harga.....	11
3. Kepuasan Pelanggan.....	14
B. Penelitian Sebelumnya	21
C. Kerangka Pemikiran	25
D. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26
1. Penelitian Deskriptif.....	26
2. Penelitian Komparatif.....	26

3. Penelitian Asosiatif.....	26
B. Lokasi Penelitian	27
C. Operasional Variabel.....	27
D. Populasi dan Sampel.....	28
1. Populasi.....	28
2. Sampel	29
3. Teknik Sampling.....	30
E. Data Yang Diperlukan.....	31
1. Data Primer	31
2. Data Sekunder	31
F. Metode Pengumpulan Data	31
1. <i>Interview</i> (wawancara).....	31
2. <i>Kuesioner</i> (angket).....	32
3. Observasi.....	32
4. Dokumentasi.....	32
G. Uji Instumen	33
1. Uji Validitas	33
2. Uji Reliabilitas.....	34
H. Analisis Data dan Teknik Analisis	34
1. Analisis Data	34
2. Teknik Analisis.....	36
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Penelitian	42
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
2. Uji Instrumen.....	43

3. Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	46
4. Gambaran Umum Jawaban Responden	48
5. Proses Pengujian.....	53
B. Pembahasan Hasil Penelitian	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Simpulan.....	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
Jadwal Penelitian	68
DAFTAR KUESIONER RESPONDEN.....	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Uji Validitas	44
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	45
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	46
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	47
Tabel IV.6 Kepuasan Pelanggan.....	48
Tabel IV.7 Kualitas Pelayanan	50
Tabel IV.8 Harga	52
Tabel IV.9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel IV.10 Uji F.....	55
Tabel IV.11 Uji t.....	56
Tabel IV.12 Uji Koefisien Determinasi.....	57

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI APLIKASI BELANJA ONLINE LAZADA.CO.ID (STUDY KASUS DI KELURAHAN SAKO BARU, KECAMATAN SAKO, KOTA PALEMBANG)” tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan proposal ini adalah untuk mempelajari cara pembuatan skripsi pada Universitas Muhammadiyah Palembang jurusan Manajemen. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga proposal ini dapat selesai.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan proposal penelitian ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa proposal ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan proposal penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga proposal penelitian ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2020

Kresnatama

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem untuk meningkatkan dan mengelola kualitas mengalami perkembangan yang pesat selama dua dekade terakhir. Diawali dari aktivitas inspeksi yang sederhana, kemudian dilengkapi dengan pengendalian kualitas, dan yang mutakhir adalah jaminan kualitas dikembangkan dan disempurnakan. Dewasa ini beberapa organisasi menggunakan proses perbaikan berkelanjutan menyeluruh yang dikenal dengan *Total Quality Management*. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan kembali lagi serta akan memberirekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Menurut Tsedan Wilton (1988) dalam Fandy Tjiptono (2012:311) Kepuasan Pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Menurut Rambat Lupiyoadi (2001) faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ada lima antara lain Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosi, Harga, dan Biaya. Kepuasan Pelanggan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dalam kelangsungan

hidup perusahaan jasa tersebut, karena kepuasan pelanggan adalah yang menjadi tujuan utama dalam pelayanan jasa kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2001). Kualitas pelayanan merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah dari segi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2010:314).Indonesia merupakan negara berkembang dimana masyarakatnya sangat terbuka dengan teknologi baru dan produk-produknya didunia. Hal ini ditambah lagi jumlah pemakai internet di Indonesia dari tahun ke tahun meningkat sangat pesat. Ini merupakan tantangan sekaligus kesempatan yang besar untuk perusahaan E-Commerce dapat berkembang dengan baik pula di indonesia.

Inilah Faktor-faktor yang mendukung Indonesia sebagai kesempatan besar bagi perusahaan e-commerce(dikutip dari www.wartaekonomi.co.id) :

Pasar yang berorientasi mobile, Berkat ketersediaan smartphone dengan harga relatif terjangkau, warga Indonesia yang memiliki smartphone saat ini mencapai 40% dari total populasi atau sekitar 106 juta orang. Harga paket data seluler yang relatif murah dibanding negara Asia Tenggara lain turut memudahkan konsumen berbelanja dengan perangkat mobile.

Konsumen muda dan melek digital, Sekitar 87 juta orang atau sepertiga populasi Indonesia berusia 16-35 tahun, dan sekitar 100 juta orang kini terdaftar di bank. Kedua demografi ini tampak semakin terbiasa menggunakan platform online dan bertransaksi digital. Menurut McKinsey, konsumen saat ini rata-rata 2,6 kali lebih sering bertransaksi lewat aplikasi mobile dibanding 2014.

Peningkatan partisipasi UMKM, Total bisnis online di Indonesia telah meningkat hingga sekitar 4,5 juta pada 2017. Dari jumlah tersebut, sekitar 99% adalah pengusaha mikro dengan pendapatan kurang dari Rp300 juta tiap tahun dan 50% adalah bisnis online tanpa toko fisik.

Penggunaan platform online yang meningkat oleh konsumen serta hadirnya startup pendukung seperti Sirclo dan aCommerce turut membangun lingkungan yang akomodatif bagi UMKM untuk merancang toko online, mengurus transaksi, dan memasarkan produk.

Bertumbuhnya investasi, Dari 2015 hingga 2017, Indonesia mendapatkan US\$5 miliar (sekitar Rp69 triliun) atau 38% investasi untuk perusahaan ekonomi digital di Asia Tenggara. Dari jumlah tersebut, platform e-commerce seperti Bukalapak, Lazada, Matahari Mall, dan Tokopedia menjadi kategori yang paling banyak mendapat pendanaan sekitar US\$3 miliar (Rp41 triliun).

Dukungan pemerintah, Pemerintah telah meluncurkan berbagai program untuk menunjang ekonomi digital, seperti pembangunan jaringan Palapa Ring. Sejumlah faktor pendukung lain meliputi keterbukaan relatif pemerintah terhadap investasi asing, peluncuran Perpres mengenai roadmap e-commerce pada 2017, serta hadirnya inkubator buatan instansi negara seperti IDX Incubator dari BEI.

Meskipun banyak produk-produk dan layanan yang disediakan oleh Lazada, tetapi belum ada penelitian empiris yang mampu membuktikan mengenai dampak produk dan layanan yang menghasilkan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk membuktikan apakah pelanggan benar-benar merasa puas dengan layanan dan harga yang diberikan oleh Lazada atau tidak.

Berdasarkan hasil riset sementara yang dilakukan terhadap 30 orang responden diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1.1 Hasil Kuesioner Pra Riset

No.	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
1	Pembayaran Mudah	20	10
2	Pemesanan Mudah	30	0
3	Harga Murah	30	0
4	Kemudahan dalam Komunikasi	15	15
5	Kualitas Barang Yang Bagus	15	15
6	Pengirimannya Yang cepat	0	30

Sumber : Responden Pengguna Aplikasi Lazada.co.id

Berdasarkan Latar Belakang masalah diatas terdapat masalah yaitu adakah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aplikasi Belanja Online Lazada.co.id di Kelurahan Sako Baru, Kota

Palembang dan peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aplikasi Belanja Online Lazada.co.id di Kelurahan Sako Baru, Kota Palembang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu adakah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aplikasi Belanja Online Lazada.co.id di Kelurahan Sako Baru Kota Palembang.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aplikasi Belanja Online Lazada.co.id di Kelurahan Sako Baru Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak di antaranya:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian dapat digunakan untuk melihat praktek dari teori – teori yang telah dipelajari sebelumnya pada konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat diharapkan menjadi referensi tambahan bagi ilmu pengetahuan, serta dapat menjadi acuan atau kajian bagi penulisan yang akan datang terhadap topik yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

Dr. Muhammad Adam, S.E., M.B.A Manajemen pemasaran Jasa

Anderson dan Vincze, 2000. *Strategic Marketing Management*, New York, Houghton Milfin Company.

Benwari Mital . Value Space. Winning the battle For market Leadership. amazon .com

Cooper ,R. Donald and Pamela S. Schindler, 2003 .Business Research Method , Seventh edition , McGraw-Hill, New York

Nazir Moh, 2011. Metode penelitian, Cetakan ketiga, Jakarta : Ghalia Indonesia

Ahonen T, Tomi, Kaper Timo, and Melkko Sara, 2004.3 G, Marketing : *Communities and Strategic Partnership*, Wiley.

Amstrong Gary and Kotler Philip , 2005. TH edition. Marketing : an *Introduction*, Pearson, Prentice hall

<https://www.wartaekonomi.co.id/read215780/e-commerce-tumbuh-pesat-di-indonesia-ini-faktornya>

<https://www.jurnal.id/id/blog/indikator-kepuasan-pelanggan-untuk-bisnis/#:~:text=Menurut%20Kotler%2C%20et%20al.%2C,pelanggan%2C%20dan%20survey%20kepuasan%20pelanggan.>

<https://artaqila.blogspot.com/2017/12/indikator-harga-promosi-dan-keputusan->

[pembelian.html?m=1#:~:text=Menurut%20Stanton%20\(1998\)%2C%20ada,harga%2C%20kesesuaian%20harga%20dengan%20manfaat.](https://artaqila.blogspot.com/2017/12/indikator-harga-promosi-dan-keputusan-pembelian.html?m=1#:~:text=Menurut%20Stanton%20(1998)%2C%20ada,harga%2C%20kesesuaian%20harga%20dengan%20manfaat.)