

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAZADA DI
KECAMATAN BATANGHARI LEKO KABUPATEN
MUSI BANYUASIN**

SKRIPSI



Nama : Dea Lestari

Nim : 212022104

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PRODI MANAJEMEN
2026**

SKRIPSI
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAZADA DI
KECAMATAN BATANGHARI LEKO KABUPATEN
MUSI BANYUASIN**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : Dea Lestari

Nim : 212022104

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PRODI MANAJEMEN
2026**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dea Lestari
NIM : 212022104
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada Di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin

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, Maret 2026



Dea Lestari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan
Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada Di
Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin
Nama : Dea Lestari
Nim : 212022104
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan disahkan
Pada tanggal, Maret 2026

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si.
NIDN : 216057001

Nadia Afrilliana, S.E., M.Si
NIDN : 0219048501

Mengetahui
Dekan

U.b Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si., CHRO
NIDN: 0229057501

MOTO 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 Khatab)

"Setetes keringat orang tuaku menjadi awal dari seribu langkahku untuk terus maju, di balik lelah mereka tersimpan do'a yang selalu menguatkanmu hingga sampai di titik ini"

” Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu”.

(QS. Al-Baqarah : 126)

Terucap syukur pada MU ya Allah

Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Kedua orang tuaku tercinta
Bapak Arozi dan Ibu Yudia
Endang
- ❖ Keluarga besarku
- ❖ Sahabat-sahabatku Almamater

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada Di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin”. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu ‘alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, laporan skripsi saya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tuaku Bapak Arozi dan Ibu Yudia Endang, sahabat, serta teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini. Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Karena mungkin ada suatu hal dibalik itu semua, dan percayalah alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr.Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si CHRO dan Bapak Dr.Mister Candra, S.Pd. M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Umni Kalsum, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr.Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing II selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing selama proses pengerjaan skripsi
6. Seluruh dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan nasehat nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhamadiyah Palembang beserta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran administrasi
7. Untuk Kedua orang tua saya Abah Arozi dan Mamak Yudia Endang, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis, dua orang yang selalu mengusahakan anak pertamanya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya, meskipun mereka berdua sendiri hanya bisa menempuh pendidikan sampai tahap dasar. Kepada abah penulis, terima kasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras yang engkau tukarkan menjadi sebuah nafkah demi anakmu bisa sampai pada tahap ini, demi anakmu dapat mengenyam pendidikan sampai ke tingkat ini, dan terima kasih telah menjadi contoh abah yang baik untuk anaknya. Untuk mamak penulis, terima kasih atas segala motivasi, pesan, doa, dan harapan yang selalu mendampingi setiap langkah dan ikhtiar anakmu untuk menjadi

seseorang yang berpendidikan, terima kasih atas kasih sayang tanpa batas, atas kesabaran dan pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan hidup penulis, terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi. Terakhir, terima kasih atas segala hal yang kalian berikan yang tak terhitung jumlahnya.

8. kepada Saudara kandungku Dwi Agustin Yapitri dan Desta Putra Pratama. sangat berterimakasih kepada adik-adikku. Terima kasih telah menjadi sumber semangat dan motivasi dalam setiap langkah perjuanganku. Meski sering menjadi "musuh terbesar" dalam hal kecil sehari-hari, namun di balik itu semua, kaulah alasan terbesar untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini. Aku ingin menjadi kakak yang mampu menjaga dan mendidikmu, sebagaimana tanggung jawab dan kasih sayangku padamu. Terima kasih atas dukungan dan semangatmu yang selalu hadir, bahkan dalam cara yang sederhana sekalipun.
9. Teruntuk seseorang yang tak kalah penting kehadirannya Yudha Erlianto Putra. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, pemikiran dan materi kepada penulis. Telah menjadi rumah, pendamping segala hal, yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan. Mendengar keluhan dan selalu memberi semangat untuk penulis pantang menyerah. Semoga segala ketulusan dan kebaikanmu kembali padamu dalam bentuk kebahagiaan yang tak terduga.
10. Kepada teman-teman seperjuanganku, khususnya Rara Jovita Austrinnia dan Novika Afiana yang selalu kebersamai dalam penulisan skripsi ini, saling

menguatkan, dan berbagi tawa serta air mata. Terima kasih atas suka dan duka yang telah kita lalui dikota ini, banyak pembelajaran yang kita bagi setiap harinya.

11. Terakhir, untuk diri saya sendiri Dea Lestari, terima kasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga mampu bertahan dan terus melangkah sejauh ini. Terima kasih pada raga dan jiwa yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya hingga sekarang. Terima kasih telah percaya pada keraguan dan kelelahan dalam setiap proses ini, meskipun jalannya terasa begitu berat. Saya bangga pada diri saya sendiri! Kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar, Mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Besar harapan penulis untuk terus mempelajari dan memperbaiki kekurangan - kekurangan karena Skripsi ini masih jauh dari harapan kita semua. Semoga ini dapat bermanfaat bagi penulis Khusus nya khalayak ramai pada umumnya. Akhir kata penulis mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah SWT membalas kebaikan selama penulisan skripsi ini. Semoga skripsi bermanfaat Aamiin ya abbal 'alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakataatuh.

Palembang, Maret 2026
Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dea Lestari', with a stylized flourish at the end.

Dea Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRAKATA	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	<i>xvi</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Landasan Teori.....	12
2. Penelitian Sebelumnya	20

B. Kerangka Pemikiran.....	23
C. Hipotesis	27
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian.....	30
C. Operasionalisasi Variabel	30
D. Populasi dan Sampel	31
E. Data yang Diperlukan	32
F. Metode Pengumpulan Data.....	33
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Table I.1 Survei Kepuasan Pelanggan Lazada.....	7
Tabel III.1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator.....	30
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas	45
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel IV.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel IV.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	53
Tabel IV.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	55
Tabel IV.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga.....	57
Tabel IV.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel IV.8 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan.....	60
Tabel IV.9 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial	61
Tabel IV.10 Hasil Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 <i>E-commerce</i> sering diakses 2025	6
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Frekuensi Belanja	47
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	48
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Usia.....	49
Gambar IV.4 Karakteristik Responden Pekerjaan	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioener
- Lampiran 3 : Tabulasi
- Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji F, Uji t, dan Uji R, Koefisien Determinasi
- Lampiran 7 : Tabel R
- Lampiran 8 : Tabel F
- Lampiran 9 : Tabel t
- Lampiran 10 : Surat keterangan telah melakukan riset
- Lampiran 11 : Hasil Plagiat Turnitin
- Lampiran 12 : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 13 : Bukti pelunasan BPP
- Lampiran 14 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 15 : Sertifikat AIK
- Lampiran 16 : Sertifikat Komputer
- Lampiran 17 : Sertifikat SKPI
- Lampiran 18 : Biodata Penulis

ABSTRAK

Dea Lestari/212022104/Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin. Penelitian ini menggunakan 100 sampel, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara *Purposive sampling*. Jenis penelitian yang digunakan asosiatif, data yang digunakan merupakan data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t dan koefisien determinasi. Hasil analisis regresi linier berganda $Y = 0,341 + 0,286X_1 + 0,256X_2 + 0,379X_3$ menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil analisis uji F yang dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin dibuktikan dengan $F_{hitung} 43,120 > F_{tabel} 2,14$, dengan tingkat sig. $F 0,000 < 0,1$, Hasil uji Hipotesis t secara parsial menunjukkan ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dibuktikan dengan $t_{hitung} 3,690 > t_{tabel} 1,660$, dengan tingkat sig. $t 0,000 < 0,1$, ada pengaruh signifikan Kualitas Produk dibuktikan dengan $t_{hitung} 3,145 > t_{tabel} 1,660$, dengan tingkat sig. $t 0,002 < 0,1$ dan ada pengaruh signifikan Harga dibuktikan dengan $t_{hitung} 4,274 > t_{tabel} 1,660$, dengan tingkat sig. $t 0,000 < 0,1$. Hasil koefisien determinasi variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga mampu berkontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin. 56,1%.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Dea Lestari/212022104/The Influence of Service Quality, Product Quality and Price on Lazada Customer Satisfaction in Batanghari Leko District, Musi Banyuasin Regency.

This study aims to determine the effect of Service Quality, Product Quality and Price on Lazada Customer Satisfaction in Batanghari Leko District, Musi Banyuasin Regency. This study used 100 samples, the sampling technique used a nonprobability sampling technique with Purposive sampling. The type of research used is associative, the data used is primary data. The data collection technique used is a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, F test, t test and coefficient of determination. The results of multiple linear regression analysis $Y = 0.341 + 0.286X_1 + 0.256X_2 + 0.379X_3$ indicate that Service Quality, Product Quality and Price have a positive effect on Customer Satisfaction. The results of the F test analysis conducted showed that there was a significant influence of Service Quality, Product Quality and Price on Lazada Customer Satisfaction in Batanghari Leko District, Musi Banyuasin Regency, as evidenced by $F_{count} 43.120 > F_{table} 2.14$, with a sig. F level of $0.000 < 0.1$. The results of the partial t Hypothesis test showed that there was a significant influence of Service Quality as evidenced by $t_{count} 3.690 > t_{table} 1.660$, with a sig.t level of $0.000 < 0.1$, there was a significant influence of Product Quality as evidenced by $t_{count} 3.145 > t_{table} 1.660$, with a sig.t level of $0.002 < 0.1$ and there was a significant influence of Price as evidenced by $t_{count} 4.274 > t_{table} 1.660$, with a sig.t level of $0.000 < 0.1$. The results of the coefficient of determination of the variables of service quality, product quality and price are able to contribute to Lazada Customer Satisfaction in Batanghari Leko District, Musi Banyuasin Regency. 56.1%.

Keywords: Service Quality, Product Quality and Price and Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen. Pemasaran dinilai sangat penting dalam perannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Nilai setiap produk sebenarnya tergantung dari seberapa jauh produk tersebut dapat mendekati terhadap konsumen, konsumen memiliki sikap yang mendorong mereka melakukan opini terhadap suatu produk atau jasa yang membuat mereka merasakan kepuasan dalam hidup mereka.

Salah satu masalah yang sering dibahas dalam bidang pemasaran adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen. Dalam menjalankan bisnis perusahaan harus mampu melihat perubahan perilaku konsumen untuk memperbaiki strategi pemasaran yang mereka lakukan, karena salah satu tujuan dari pemasaran yaitu untuk mengetahui dan memahami sifat pembeli sehingga produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat laku terjual dan konsumen loyal terhadap produk yang dihasilkan. Perilaku konsumen merupakan sebuah konsep studi yang mengkaji cara kerja individu sebagai pembeli, mulai dari mencari, memilih, membeli, menggunakan, sampai menilai produk atau

layanan supaya bisa memenuhi kebutuhan dan hasrat mereka (Andrian, dkk 2022:2).

Salah satu kajian menarik dalam perilaku konsumen adalah kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani, karena itu diperlukan usaha yang meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2019:204) kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin *satis* (artinya cukup baik, memadai) dan *facio* (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa di artikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut Kotler dalam Indrasari (2019:90) jika apa yang diberikan para perusahaan jasa memenuhi keinginan konsumen maka konsumen akan puas. Begitupun sebaliknya apabila keinginan konsumen tidak seperti apa yang mereka inginkan maka konsumen akan tidak puas.

Menurut Indrasari (2019:87) Lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen adalah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga dan Biaya.

Faktor kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan bagi konsumen atau pelanggan. Menurut Tjiptono dalam (Indrasari, 2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa dan sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya

dapat memenuhi atau dapat melebihi kualitas pelayanan yang di harapkan. Kualitas pelayanan yang baik, seperti ketepatan waktu pengiriman, kecepatan respon *customer service*, serta kejelasan sistem bantuan, akan menciptakan rasa aman dan kepercayaan pelanggan dalam bertransaksi. Pelayanan yang tidak sesuai harapan dapat menimbulkan ketidakpuasan, keluhan, hingga menurunnya minat pelanggan untuk berbelanja kembali di Lazada.

Faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2019:272) Kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa; oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas bisa didefinisikan sebagai 'bebas dari kerusakan'. Tetapi sebagian besar perusahaan berpusat pada pelanggan melangkah jauh melampaui definisi sempit ini. Justru, mereka mendefinisikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan. Selain kualitas pelayanan, kualitas produk juga memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Produk yang diterima pelanggan harus sesuai dengan deskripsi, foto, dan spesifikasi yang ditampilkan di aplikasi. Apabila kualitas produk yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan, maka pelanggan akan merasa dirugikan dan kecewa. Sebaliknya, kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat kepercayaan terhadap platform Lazada, serta mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Kemudian Faktor selanjutnya yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa adalah harga. Menurut Indrasari (2019:36) harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya meliputi keterjangkauan harga, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan kualitas produk. Harga juga berperan penting dalam pemasaran, harga yang terlalu mahal tidak dapat dijangkau oleh pasar sasaran, yang pada akhirnya membuat penjualan tersendat. Sebaiknya harga yang terlalu murah membuat perusahaan sulit menutup biaya atau mendapatkan laba. Faktor harga turut menjadi penentu penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Harga yang terjangkau, kompetitif, dan sebanding dengan kualitas produk akan memberikan nilai yang dirasakan positif oleh pelanggan. Namun, apabila harga dianggap terlalu tinggi dibandingkan dengan kualitas produk atau dibandingkan dengan e-commerce pesaing, maka pelanggan cenderung merasa tidak puas dan beralih ke platform lain. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian antara harga dan manfaat yang diterima pelanggan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan Lazada.

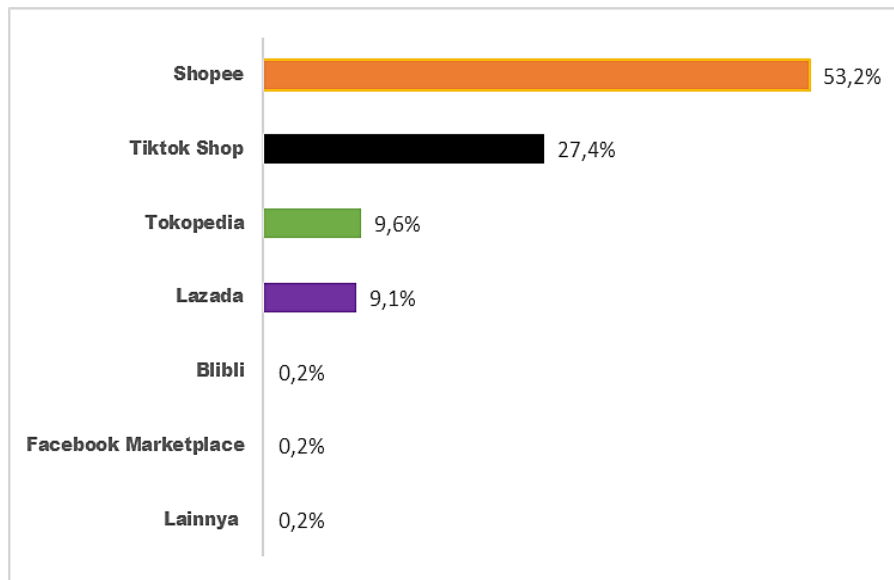
Ketidakseimbangan antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga dapat berdampak langsung pada rendahnya kepuasan pelanggan, menurunnya loyalitas, serta berkurangnya minat pelanggan untuk merekomendasikan Lazada kepada orang lain. Oleh karena itu, Lazada perlu menjaga dan meningkatkan ketiga faktor tersebut secara simultan agar mampu

meningkatkan kepuasan pelanggan dan bersaing secara berkelanjutan di tengah ketatnya persaingan e-commerce di Indonesia.

Bisnis online sudah banyak yang menjalankan mulai dari memanfaatkan media sosial hingga ke situs aplikasi jual beli online seperti Bukalapak, Lazada, Tokopedia, Shopee dan lain sebagainya. Salah satu perusahaan *e-commerce* yang sukses dan berhasil dalam memanfaatkan peluang pasar *e-commerce* di Indonesia yaitu Lazada.

Lazada merupakan salah satu *e-commerce* yang cukup diminati oleh masyarakat Indonesia. Perusahaan swasta dari Singapura ini didirikan oleh Rocket Internet pada tahun 2011 dan launching pada bulan Maret tahun 2012 di beberapa negara di Asia, salah satunya Indonesia. Lazada adalah perusahaan yang bergerak di bidang layanan jual beli online dan ritel *e-commerce*. Lazada tentu tidak boleh terlena akan prestasi ini karena kompetitor juga semakin gencar menarik perhatian masyarakat untuk menjadi pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat membantu dalam menggiring konsumen lainnya untuk menggunakan produk mereka, dimana Lazada harus mampu menjawab kebutuhan dan keinginan pelanggan yang di dukung oleh kualitas produk yang baik, potongan harga yang di berikan oleh lazada kepada pelanggan dalam membeli produk mereka dan juga kenyamanan dari pada pelanggan dalam menggunakan Aplikasi menjadi penentu dalam tercapainya kepuasan pelanggan.

Survei terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025 sebagai berikut :



Gambar 1.1 *e-commerce* paling sering diakses di masyarakat Indonesia

Berdasarkan APJII penggunaan *e-commerce* sebagai platform untuk berbelanja online cukup tinggi, beberapa *e-commerce* yang sering di gunakan adalah Shopee, Tiktok Shop, Tokopedia, Lazada dan Blibli. Posisi pertama di tempati oleh Shopee, posisi kedua di tempati oleh Tiktok Shop, posisi ketiga di tempati oleh Tokopedia dan Lazada menempati posisi ke empat sebagai *e-commerce* yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, dengan 9,09% responden memilihnya. Angka ini menunjukkan dominasi Lazada kurang diminati di tengah persaingan platform belanja online yang semakin ketat. Tingkat kerendahan tersebut dapat di sebabkan oleh beberapa faktor, maka dari itu peneliti melakukan prariset kepada masyarakat di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin sebagai berikut:

Tabel I.1
Prariset Kepuasan Masyarakat Terhadap *E-Commerce* Lazada

No	Pernyataan	Jumlah	
		Setuju	Tidak
Kepuasan Pelanggan			
1	Deskripsi produk di aplikasi lazada sesuai dengan barang yang diterima	10	20
2	Pelanggan akan berbelanja lagi di Lazada karena puas dengan hasilnya	7	23
3	lazada cocok direkomendasikan karena sistem prosedur yang baik	13	17
Kualitas Pelayanan			
4	Pesanan datang tepat waktu sesuai estimasi pengiriman	12	18
5	Pelanggan merasa tenang karena lazada memiliki layanan bantuan yang jelas saat ada masalah	13	17
6	<i>Customer service</i> Lazada merespon chat pelanggan dengan cepat	9	21
7	Proses checkout di Lazada terlihat sederhana dan tidak membingungkan	24	6
8	Lazada memberikan solusi yang cepat dan tepat sesuai kebutuhan pelanggan	19	11
Kualitas Produk			
9	Produk menunjukkan hasil sesuai seperti yang dijanjikan dalam iklan	8	22
10	Produk memiliki ketahanan yang sesuai dengan harga yang dibayar	11	19
11	Foto produk yang dijual sesuai dengan barang aslinya ketika datang	12	18
12	Fitur tambahan pada produk Lazada meningkatkan kenyamanan penggunaan	20	10
13	Produk dari Lazada jarang mengalami kerusakan saat digunakan	18	12
14	Produk yang dijual di Lazada memiliki desain yang menarik.	22	8
Harga			
15	Harga produk yang dijual di <i>e-commerce</i> lazada cukup terjangkau	13	17
16	Lazada memasarkan harga produk yang dijual sebanding dengan toko lainnya	12	18
17	Harga produk lazada sebanding dengan kualitas barang yang diterima	9	21
18	Harga produk di Lazada sesuai dengan manfaat yang diperoleh pelanggan.	17	13
19	Pelanggan cenderung memilih produk di Lazada dengan harga yang sesuai kemampuannya.	25	5

Sumber: Hasil prariset masyarakat , 2025.

Berdasarkan hasil dari pra riset pada tabel 1.1, pada variabel kepuasan pelanggan, pertanyaan pertama yang ditanyakan adalah deskripsi produk di aplikasi lazada sesuai dengan barang yang diterima. 30 responden, 10 menjawab setuju, dan 20 menjawab tidak setuju. Pada pertanyaan kedua, pelanggan akan berbelanja lagi di Lazada karena puas dengan hasilnya. 30 responden, 7 menjawab setuju, dan 23 menjawab tidak setuju. Pada pertanyaan ketiga, lazada cocok direkomendasikan karena sistem prosedur yang baik. 30 responden, 13 menjawab setuju, dan 17 menjawab tidak setuju.

Variabel kualitas pelayanan, pertanyaan pertama yang ditanyakan adalah pesanan datang tepat waktu sesuai estimasi pengiriman. 30 responden, 12 menjawab setuju, dan 18 menjawab tidak setuju. Pertanyaan kedua, Pelanggan merasa tenang karena lazada memiliki layanan bantuan yang jelas saat ada masalah. 30 responden, 13 menjawab setuju, dan 17 menjawab tidak setuju. Pertanyaan ketiga, *customer service* Lazada merespon chat pelanggan dengan cepat, 30 responden, 9 menjawab setuju, dan 21 menjawab tidak setuju.

Variabel kualitas produk, pertanyaan pertama yang ditanyakan adalah produk menunjukkan hasil sesuai seperti yang dijanjikan dalam iklan. 30 responden, 8 menjawab setuju, dan 22 menjawab tidak setuju. Pertanyaan kedua, Produk memiliki ketahanan yang sesuai dengan harga yang dibayar. 30 responden, 11 menjawab setuju, dan 19 menjawab tidak setuju. Pertanyaan ketiga foto produk yang dijual sesuai dengan barang aslinya ketika datang. 30 responden, 12 menjawab setuju, dan 18 menjawab tidak setuju.

Variabel harga, pertanyaan pertama yang ditanyakan adalah harga produk yang dijual di *e-commerce* lazada cukup terjangkau 30 responden, 13 menjawab setuju, dan 17 menjawab tidak setuju. Pertanyaan kedua, lazada memasarkan harga produk yang dijual sebanding dengan toko lainnya. 30 responden, 12 menjawab setuju, dan 18 menjawab tidak setuju. Pertanyaan ketiga, harga produk lazada sebanding dengan kualitas barang yang diterima. 30 responden, 9 menjawab setuju, dan 21 menjawab tidak setuju.

Berdasarkan hasil observasi dan prariset yang dilakukan peneliti di Kecamatan Batanghari Leko ditemukan bahwa terdapat permasalahan, sehingga untuk memperluas informasi tentang fenomena yang ditemukan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin.**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin?
4. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko Kabupaten Musi Banyuasin.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya:

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap Kepuasan pelanggan Lazada di Kecamatan Batanghari Leko .

2. Bagi Almamater

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

3. Lokasi Penelitian

Sebagai penambah wawasan dan informasi serta sebagai langkah bahan awal dalam pengembangan peneliti lanjut yang berkaitan dengan transaksi belanja online.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, dkk. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Asiati, D. I., dkk. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang : NoerFikri Offset.
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction* (F. Tjiptono, Ed.; 5th ed.).
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indasari. (2019). *Tingkat Kepuasan Pelanggan. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE) Jakarta.*, 87-88.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Kholis, M. N., & Colia, R. S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(2), 109-123.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2019). *Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta : Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CVAI Fath Zumar
- Ramadhan, A., & Sarah, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada E-Commerce Lazada di Kota Bandung. *eCo-Buss*, 7(1), 612-622.
- Ritonga, R. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Keamanan Layanan Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tiktok Shop Rantauprakt. *Tugas_Akhir (Artikel) Costing: Journal of Economics, Business and Accounting*, 7(1), 1767-1780.
- Samuel, I. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Marketplace Lazada Produk 3second. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 489-499.

- Saputro, W. W. (2024). *Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Soetiyono, A., & Alexander, A. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Marketplace di Indonesia. *eCo-Buss*, 7(3), 2055-2071.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2020). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Tholok, F. W., Sugandha, S., Janamarta, S., & Parameswari, R. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Fakultas Bisnis). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 26-34.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Widodo, D. G., & Sunarto. (2022). Kualitas Pelayanan Penjual Online, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam *E-Commerce* Shopee. *Jurnal CAPITAL*, 4(2), 104–112.