

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BERBELANJA ONLINE  
PADA APLIKASI LAZADA DI KECAMATAN SUMBER  
MARGA TELANG KABUPATEN BANYUASIN**



**SKRIPSI**

**Nama : Suranti**

**Nim : 212022274**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2026**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BERBELANJA ONLINE  
PADA APLIKASI LAZADA DI KECAMATAN SUMBER  
MARGA TELANG KABUPATEN BANYUASIN**

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



**Nama : Suranti  
Nim : 212022274**

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

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suranti

Nim : 212022274

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Online Pada Aplikasi Lazada Di Kecamatan Sumber Marga Telang Kabupaten 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 lainnya.
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, April 2026



Suranti


Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

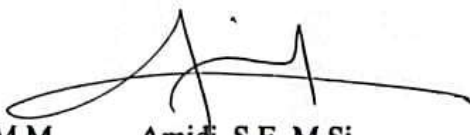
**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Konsumen Berbelanja *Online* Pada Aplikasi Lazada  
Di Kecamatan Sumber Marga Telang Kabupaten Banyuasin.  
Nama : Suranti  
Nim : 212022274  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal April 2026  
Pembimbing II,

Pembimbing I,


  
Dr. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E., M.M  
NIDN: 0019026101

  
Amidi, S.E., M.Si  
NIDN: 0229056502

Mengetahui,  
Dekan

Ketua Program Studi Manajemen



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

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

### Moto:

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Kesuksesan tidak datang dari apa yang diberikan kepada kita, tetapi dari apa yang kita usahakan”

(Abraham Lincoln)

“Pendidikan adalah senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk mengubah dunia”

(Nelson Mandela”

### Persembahan:

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

- Malaikat tanpa sayap, ibunda Kartika Sari yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta pengorbanan yang tidak pernah terhitung nilainya. Terima kasih atas setiap doa yang mama panjatkan, setiap nasihat yang mama berikan, dan setiap pengorbanan yang mama lakukan demi masa depan saya. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan betapa besar rasa terima kasih saya kepada mama. Semoga karya sederhana ini dapat menjadi salah satu bentuk kebanggaan dan kebahagiaan untuk mama.
- Teruntuk ayahandaku tersayang Attase, *Allahu yarham*, nakhoda yang telah lebih dulu menepi ke keabadian sebelum sempat melihat kapal ini bersandar di pelabuhan. Skripsi ini adalah surat yang kutulis dengan tinta rindu, bingkisan kecil untuk seorang lelaki yang pundaknya pernah menjadi bumi tempatku berpijak. Kehilanganmu adalah ruang kosong yang tak pernah sepenuhnya terisi, tetapi justru dari ruang itulah aku belajar tentang teguh

dan mengerti. Papa, betapa jahat engkau membiarkan kursimu kosong saat putri kecilmu akan di wisuda, menyandang gelar sarjananya. Hari ini, selain rindu dan doa, kuhaturkan gelar S.M ini untukmu, sebagai bagian dari janji kecil yang dulu ingin kubuktikan: "bahwa aku akan tumbuh menjadi seseorang yang tidak mudah menyerah". Terima kasih telah menjadi fondasi pertama dalam hidupku, mengajarkanku tentang tanggung jawab, tentang harga diri, tentang keberanian berdiri di atas kakiku sendiri. Jika suatu hari aku terlihat tegar, itu karena aku membawa sebagian jiwamu bersamaku. Semoga setiap doa yang kupanjatkan sampai kepadamu sebagai peluk yang tak sempat kuberikan. Dan semoga, Tuhan menempatkanmu di tempat terbaik, sebagaimana engkau pernah menjadi tempat terbaik bagiku.

- Kepada adik-adikku, Nurul Fajria dan Muhammad Asrizal, terima kasih atas segala dukungan, semangat, dan doa yang selalu kalian berikan. Kehadiran kalian menjadi salah satu alasan bagi saya untuk terus berjuang dan menyelesaikan pendidikan ini. Semoga apa yang saya capai hari ini dapat menjadi motivasi dan semangat bagi kalian untuk terus belajar, berusaha, dan meraih cita-cita yang diinginkan. Semoga kita semua dapat membanggakan keluarga dan meraih masa depan yang lebih baik.
- Almamater yang penulis banggakan.

## PRAKARTA



*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh*

Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Online pada Aplikasi Lazada.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan rasa terima kasih yang sangat mendalam, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada mama tercinta Kartika Sari. Terima kasih atas kasih sayang yang tidak pernah putus, doa yang selalu dipanjatkan dalam setiap sujud, serta segala pengorbanan yang telah mama berikan demi masa depan penulis. Mama adalah sosok yang selalu ada dalam setiap keadaan, yang tidak pernah lelah memberikan dukungan, nasihat, serta kekuatan ketika penulis merasa lelah dan hampir menyerah. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan betapa besar cinta dan pengorbanan yang telah mama berikan. Segala perjuangan dan pencapaian penulis hingga saat ini tidak terlepas dari doa serta usaha mama yang selalu ingin melihat anaknya berhasil dan memiliki masa depan yang lebih baik. Skripsi ini mungkin hanyalah sebuah karya sederhana, namun di dalamnya terdapat begitu banyak doa, harapan, serta pengorbanan yang telah mama berikan selama ini. Penulis juga mengenang papa tercinta alm. Attase yang telah lebih dahulu berpulang ke rahmatullah. Meskipun

papa tidak lagi berada di sisi penulis untuk menyaksikan perjalanan ini secara langsung, namun kasih sayang, nasihat, serta kenangan yang papa tinggalkan akan selalu hidup di dalam hati penulis. Kehadiran papa mungkin sudah tidak dapat dirasakan secara nyata, tetapi nilai-nilai kehidupan, didikan, serta semangat yang pernah papa tanamkan kepada penulis akan selalu menjadi pedoman dalam menjalani kehidupan. Dalam setiap langkah perjuangan ini, penulis selalu percaya bahwa doa orang tua tidak pernah benar-benar hilang, dan kenangan tentang papa selalu menjadi salah satu kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus melangkah maju. Ada begitu banyak momen dalam perjalanan ini di mana penulis berharap papa masih ada untuk melihat sejauh mana langkah yang telah ditempuh. Semoga pencapaian sederhana ini dapat menjadi salah satu bentuk kebanggaan bagi papa dan mama, serta menjadi bukti bahwa semua doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang telah diberikan tidaklah sia-sia.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini, pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M. Selaaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapa Dr. Yudha Mahrom, DS, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si., CHRO. Dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si. Selaku Ketua dan Sekrekaris Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E.,M.M dan bapak Amidi, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, membantu, dan memberikan masukan berharga selama proses penyusunan. Terima kasih atas ilmu, dukungan, bantuan dan kepercayaan yang diberikan kepada saya. Semua kritik, saran, dan motivasi yang diberikan menjadi pelajaran yang berharga tidak hanya membantu dalam penyelesaian skripsi ini, tetapi juga menjadikan bekal bagi saya kedepannya.
5. Ibu Efrina Masdaini, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya selama dibangku perkuliahan.
6. Bapak penguji yang telah memberikan masukan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen yang mengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Kepada seluruh staf pegawai di Kecamatan Sumber Marga Telang Kabupaten Banyuasin yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.
9. Kepada seluruh responden yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
10. Kedua adik tercinta, penulis ucapkan terima kasih karena bantuan, dukungan dan doa yang telah diberikan.

11. Kepada teman-teman dekat, Abbryllah, Alya, Acha, Dini, Devi Anggraini, Gunawan, Hermansyah, Jioo, Jaka Panji Jaya Kusuma, Mely, Nurlia, Nailah, Nessa, Rasti, Riri. penulis ucapkan beribu-ribu terima kasih karena telah memberikan semangat, motivasi, membantu, menjadi *support system*, dan telah memberikan masukan dan saran, serta telah menjadi rumah dengan kebersamaan dan pengalaman yang begitu menyenangkan bagi penulis.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan dalam menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari, meskipun banyak usaha yang telah penulis lakukan, akan tetapi skripsi ini masih jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan. Meskipun demikian penulis berharap mudah-mudahan laporan penelitian ini tetap ada manfaat yang dapat diperoleh . Aamiin.

Palembang, Maret 2026

Suranti

## DAFTAR ISI

|  |           |
|--|-----------|
| Halaman Sampul Luar .....                                      | i         |
| Halama Judul .....   | ii        |
| Halaman Pernyataan Bebas Plagiat .....                         | iii       |
| Halaman Pengesahan.....  | iv        |
| Moto Dan Persembahan .....                                     | v         |
| Prakarta .....   | vii       |
| Daftar Isi .....   | xi        |
| Daftar Tabel.....  | xii       |
| Daftar Gambar .....  | xiii      |
| Daftar Lampiran .....  | xiv       |
| Abstrak.....   | xv        |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                       |           |
| A. Latar Belakang Masalah .....                                | 1         |
| B. Rumusan Masalah .....                                       | 12        |
| C. Tujuan Penelitian .....                                     | 12        |
| D. Manfaat Penelitian .....                                    | 13        |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> |           |
| A. Landasan Teori .....  | 14        |
| B. Kerangka Pemikiran .....                                    | 26        |
| C. Hipotesis .....   | 28        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>                               |           |
| A. Jenis Penelitian .....                                      | 29        |
| B. Lokasi Penelitian .....                                     | 30        |
| C. Oprasinolisasi Variabel .....                               | 30        |
| D. Populasi Dan Sampel .....                                   | 31        |
| E. Data Yang Diperlukan .....                                  | 33        |
| F. Metode Pengumpulan Data .....                               | 33        |
| G. Analisis Data Dan Teknik Analisis .....                     | 35        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                             |           |
| A. Hasil Penelitian.....                                       | 43        |
| B. Pembahasan Dan Hasil Penelitian .....                       | 68        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>                              |           |
| A. Kesimpulan.....   | 75        |
| B. Saran .....   | 75        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                    | <b>77</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>  | <b>79</b> |

## DAFTAR TABEL

|                  |    |
|------------------|----|
| Tabel 1.1 .....  | 6  |
| Tabel 1.2 .....  | 8  |
| Tabel 3.1 .....  | 28 |
| Tabel 4.1 .....  | 47 |
| Tabel 4.2 .....  | 48 |
| Tabel 4.3 .....  | 49 |
| Tabel 4.4 .....  | 50 |
| Tabel 4.5 .....  | 51 |
| Tabel 4.6 .....  | 52 |
| Tabel 4.7 .....  | 53 |
| Tabel 4.8 .....  | 56 |
| Tabel 4.9 .....  | 59 |
| Tabel 4.10 ..... | 62 |
| Tabel 4.11 ..... | 63 |
| Tabel 4.12 ..... | 65 |
| Tabel 4.13 ..... | 66 |

## DAFTAR GAMBAR

|                  |    |
|------------------|----|
| Gambar 1.1 ..... | 6  |
| Gambar 2.1 ..... | 26 |
| Gambar 4.1 ..... | 45 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|          |   |
|----------|---|
| Lampiran | : Jadwal Penelitian   |
| Lampiran | : Kuesioner   |
| Lampiran | : Tabulasi data   |
| Lampiran | : Frekuensi jawaban responden variabel $X_1$ , $X_2$ , dan $Y$          |
| Lampiran | : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel $X_1$ , $X_2$ , dan $Y$ |
| Lampiran | : Hasil Uji Regresi Linier Berganda                                     |
| Lampiran | : Hasil Uji F   |
| Lampiran | : Hasil Uji t   |
| Lampiran | : Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )                             |
| Lampiran | : Tabel Distribusi F  |
| Lampiran | : Tabel Distribusi t  |
| Lampiran | : Tabel Distribusi r  |
| Lampiran | : Surat selesai riset   |
| Lampiran | : Bukti pelunasan BPP   |
| Lampiran | : Kartu Aktivasi Bimbingan  |
| Lampiran | : Sertifikat AIK  |
| Lampiran | : Sertifikat Komputer   |
| Lampiran | : Sertifikat SPSS   |
| Lampiran | : Plagiat Checker   |
| Lampiran | : Biodata penulis   |

## ABSTRAK

### **Suranti / 212022274 / 2026 / Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Online Pada Aplikasi Lazada DI Kecamatan Sumber Marga Telang Kabupaten Banyuasin**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Online Pada Aplikasi Lazada DI Kecamatan Sumber Marga Telang Kabupaten Banyuasin. Dalam penelitian ini menggunakan 100 sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki koefisien regresi positif, artinya Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil Analisis Uji F menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $291.625 > 2,36$ ) dan signifikan  $0,000 < 0,10$ , maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Online Pada Aplikasi Lazada DI Kecamatan Sumber Marga Telang Kabupaten Banyuasin. Hasil Analisis Uji t yang dilakukan menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen karena nilai sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.429 > 1,290$ ) dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.336 > 1,290$ ). Hasil koefisien Determinasi menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,858 (85,8%) sedangkan sisanya 14,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

***Suranti / 212022274 / 2026 / The Influence of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction with Online Shopping on the Lazada Application IN Sumber Marga Telang District, Banyuasin Regency***

*This research aims to determine the influence of product quality and service quality on consumer satisfaction when shopping online on the Lazada application in Sumber Marga Telang District, Banyuasin Regency. This research used 100 samples. The sampling technique uses purposive sampling. This type of research is associative. The data used is primary and secondary data. The data collection technique used is a questionnaire. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression. The variables Product Quality and Service Quality have a positive regression coefficient, meaning that Product Quality and Service Quality have a positive effect on Consumer Satisfaction. The results of the F Test Analysis show that  $F_{count} > F_{table}$  ( $291,625 > 2.36$ ) and is significant  $0.000 < 0.10$ , so it can be stated that there is a significant influence of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction with Online Shopping on the Lazada Application in Sumber Marga Telang District, Banyuasin Regency. The results of the t test analysis carried out show that Product Quality has a significant effect on Consumer Satisfaction because the value is  $t_{count} > t_{table}$  ( $4,429 > 1.290$ ) and Service Quality has a significant effect on Consumer Satisfaction because the value  $t_{count} > t_{table}$  ( $4,336 > 1.290$ ). The results of the coefficient of determination show that the R Square value is 0.858 (85.8%) while the remaining 14.2% is influenced by other variables not included in this research.*

***Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction***

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan zaman yang sangat cepat dan semakin *modern* pada saat ini mendorong berbagai macam perubahan system, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti contohnya sistem perdagangan, cara bertransaksi dan sistem pemasaran. Oleh karena itu masyarakat sekarang ini mulai mengikuti gaya hidup yang modern mulai dari jenis kebutuhan sehari-hari sampai dengan *fashion* agar terlihat menarik dan modis.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat pada era digital saat ini telah mengubah pola perilaku konsumen dalam melakukan kegiatan transaksi. Jika dahulu masyarakat lebih sering berbelanja secara konvensional di toko fisik, kini banyak yang beralih ke sistem belanja daring (*online shopping*). Kehadiran berbagai *platform e-commerce* seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak telah memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh barang dan jasa tanpa perlu datang langsung ke tempat penjualan.

*Marketplace* merupakan *platform* jual beli *online* yang bisa menjual barang atau jasa tanpa harus bertatap muka atau bertemu langsung dengan si penjual. *Marketplace* sendiri bisa diakses oleh seluruh kalangan usia. Adapun beberapa aplikasi *marketplace* antara lain Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, dll.

Marketplace adalah sebuah pasar elektronik yang melakukan kegiatan menjual dan membeli suatu barang atau jasa yang meliputi 3 aspek yaitu business to business (B2B), business to customer (B2C), dan customer to customer (C2C) (Andy, Jefry dan Anick, 2020:27).

Menurut Smith, J., dkk. (2022:27) marketplace adalah platform perantara digital yang mempertemukan penjual dan pembeli tanpa perlu pertemuan fisik, menyediakan kemampuan penjualan dan pembayaran yang aman, serta mencatat seluruh proses transaksi secara terintegrasi. Dalam hal ini, pasar berfungsi seperti department store yang memungkinkan pembeli dengan mudah membandingkan kualitas dan harga antar toko.

Salah satu topik perilaku konsumen. Kepuasan konsumen adalah suatu sikap di mana konsumen merasa puas akan produk yang di beli dan Perusahaan bisa mempertahankan konsumen tersebut. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional, dan biaya. (Indrasari 2019 87-88).

Menurut Tjiptono (2020:43) kepuasan konsumen merupakan evaluasi pasca pembelian dimana alternatif yang dipilih memberikan pilihan yang memberikan hasil setidaknya atau melebihi harapan konsumen. Sebaliknya jika hasilnya tidak sesuai dengan harapan konsumen maka dikatakan ketidakpuasan.

Kotler dalam Rifa'i (2023:49), menyatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016:153) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk dengan harapannya.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2022:180) Kepuasan konsumen adalah evaluasi pasca pembelian di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan konsumen.

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program "*Total Quality Manajemen (TQM)*".

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan dan kepuasan konsumen. Produk yang berkualitas baik akan memberikan nilai tambah bagi konsumen, sedangkan produk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau mengalami kerusakan saat diterima dapat menimbulkan kekecewaan. Dalam konteks belanja *online*, konsumen tidak dapat melihat langsung kondisi barang sebelum membeli,

sehingga tingkat kepercayaan terhadap kualitas produk sangat bergantung pada informasi, ulasan, dan reputasi penjual.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Kiki, F.F, dan Juniarti (2022:92), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Hal ini mencakup daya tahan produk secara keseluruhan, keandalan, keakuratan, kemudahan penggunaan dan kemampuan perbaikan, serta karakteristik produk lainnya.

Menurut Ernawati dalam Luluk Tri H, dkk (2023:103), berpendapat bahwa kualitas produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli suatu produk. Semakin baik kualitas produk maka semakin besar pula minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Menurut Gunawan (2022:105), Kualitas produk, yang didefinisikan sebagai seberapa baik produk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, sangat penting dalam manufaktur dan pemasaran. Produk berkualitas tinggi dapat memengaruhi keputusan pembelian pelanggan, citra merek, dan kepuasan pelanggan.

Menurut Gunawan (2022:88), Kualitas produk, yang didefinisikan sebagai seberapa baik produk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, sangat penting dalam manufaktur dan pemasaran. Produk berkualitas tinggi dapat memengaruhi keputusan pembelian pelanggan, citra merek, dan kepuasan pelanggan.

Menurut Dikdik Harjadi & Iqbal Arraniti (2021:34) Kualitas produk dikenal sebagai kemampuan, fitur, dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Pelayanan dalam *e-commerce* mencakup kecepatan pengiriman barang, kemudahan dalam melakukan transaksi, kejelasan informasi produk, serta kemampuan layanan pelanggan dalam menangani keluhan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kenyamanan dan loyalitas konsumen terhadap *platform* tersebut. Sebaliknya, pelayanan yang lambat atau tidak responsif dapat menurunkan tingkat kepuasan bahkan menyebabkan konsumen beralih ke platform lain.

Kualitas pelayanan atau *customer service* ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun feedback tentang pelayanan yang telah diberikan.

Menurut Tjiptono dalam Yolanda Anastasia S (2022:37), kualitas layanan mengacu pada sejauh mana kenyataan berbeda dari harapan

pelanggan terhadap layanan yang mereka dapatkan atau terima. Ekspektasi adalah harapan pelanggan terhadap layanan yang diharapkan diberikan oleh perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan (*perceived service*). Apabila pelayanan yang diterima memadai atau bahkan memenuhi harapan maka pelayanan tersebut dapat dikatakan baik atau positif. Jika pelayanan yang dirasakan melebihi pelayanan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang dirasakan lebih buruk dari pelayanan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk.

Menurut Hamirul, (2020:51) kualitas pelayanan merupakan sebuah perbandingan antara sebuah kenyataan atas pelayanan yang akan diterima dengan harapan atas pelayanan yang ingin di terima oleh konsumen atau pelanggan.

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan

adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Manengal et al, (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Menurut Zeithaml, Parassuraman dan Berry dalam Lendy Z.A (2021:14-15), Kualitas pelayanan dapat dinilai berdasarkan lima dimensi, yaitu: *tangible, reliability, responsiveness, emphty, dan assurance*.

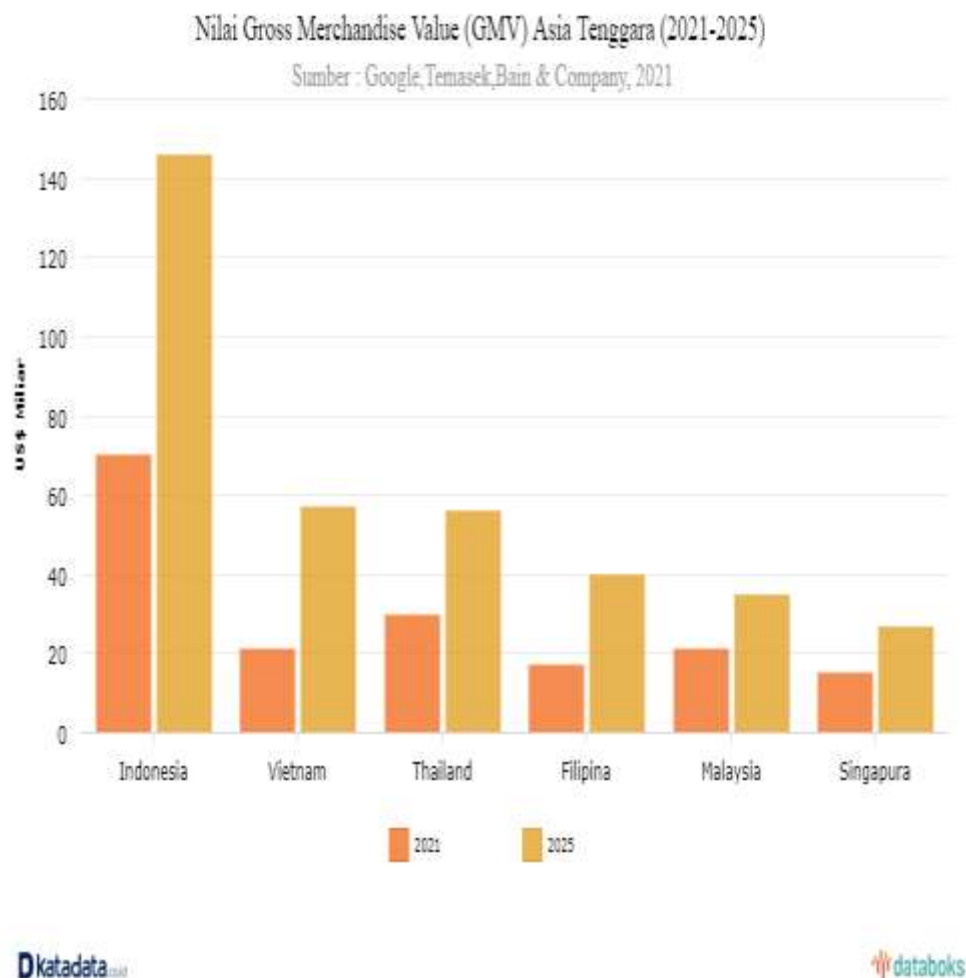
Lazada sebagai salah satu perusahaan *e-commerce* atau aplikasi belanja online yang sangat besar jika melihat pada perkembangan teknologinya. Lazada berdiri pertama kali di Singapura pada tahun 2012. Beberapa bulan kemudian perusahaan ini membuka kantor oprasional di Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam.

**Tabel I.1**  
**5 E- commerce Indonesia paling banyak dikunjungi / 5 marketplace terbesar di Indonesia**

| NO | E-Commerce  | Persentase | Jumlah Pengguna Aktif | Model Bisnis             | Tingkat Populitas |
|----|-------------|------------|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| 1  | SHOPEE      | 36%        | 120 Juta              | Marketplace (B2C & C2C)  | ★★★★★             |
| 2  | TOKOPEDIA   | 35%        | 100 Juta              | Marketplace (C2C & UMKM) | ★★★★              |
| 3  | BUKALAPAK   | 10%        | 35 Juta               | Marketplace (C2C)        | ★★★               |
| 4  | LAZADA      | 10%        | 30 Juta               | Marketplace (B2C & C2C)  | ★★★               |
| 5  | TIKTOK SHOP | 5%         | 25 Juta               | Social Commerce          | ★★                |

Sumber:<http://apjii.or.id>, 2025

Pertumbuhan Lazada di Asia Tenggara semakin luas sejak mendapatkan investasi US\$1 miliar dari Alibaba pada tahun 2016. Hingga tahun 2025 Lazada menjadi urutan ke-4 dari 5 *e-commerce* terpopuler di Indonesia. Lazada telah memiliki cabang di enam negara, mengandalkan big data sebagai ujung tombak penjualan. (<http://apjii.or.id>, Desember 2025)



Sumber : Katadata, di akses 2025

Gambar I.1

Perkembangan *E-commerce* Lazada di Asia Tenggara Lazada dengan 27,95 juta kunjungan. Angka ini naik 1% dari kuartal sebelumnya yang sebanyak 27,7 juta kunjungan. Indonesia merupakan pasar terbesar

ekonomi digital di Asia Tenggara. Hasil riset *Google, Temasek, dan Bain & Company* memperkirakan, total nilai penjualan atau *gross merchandise value (GMV) Indonesia* mencapai US\$ 70 miliar pada 2021. Proyeksi *GMV* ini kembali meningkat menjadi US\$ 146 miliar pada 2025. (<https://databoks.co.id>. Diakses november 2025)

Kenaikan proyeksi tersebut didukung oleh tingkat penjualan *e-commerce* yang US\$ 53 miliar pada 2021, dan diperkirakan meningkat menjadi US\$ 104 miliar pada 2025. (<https://databoks.co.id>. Diakses november 2025)

Riset bertajuk "*E-Conomy SEA 2021: Roaring 20s: The SEA Digital Decade*" tersebut menyebutkan, hal ini didorong oleh penjual digital semakin melek teknologi. Sebanyak 28% pedagang *online* di Indonesia menyatakan bahwa mereka tidak akan bertahan selama pandemi jika bukan karena platform digital. "Rata-rata pedagang *online* menggunakan dua *platform* digital untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara *online*," tulis laporan tersebut.

Ketika ditelusuri lebih jauh tentang penyebab ketidakpuasan mereka dalam berbelanja online di aplikasi Lazada, maka diperoleh jawaban responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel I.2**  
**Hasil Pra Riset Terhadap Konsumen Lazada**

| No                        | Pernyataan   | Setuju    | Tidak Setuju |
|---------------------------|--|-----------|--------------|
| <b>Kepuasan Konsumen</b>  |  |           |              |
| 1                         | Saya merasa nyaman saat menggunakan aplikasi Lazada untuk berbelanja.            | 11        | 19           |
| 2                         | Pengalaman belanja saya di Lazada sesuai dengan harapan saya.                    | 8         | 22           |
| 3                         | Saya mudah menemukan produk yang saya cari di aplikasi Lazada.                   | 10        | 20           |
| 4                         | Proses pembayaran di Lazada mudah dan tidak membingungkan                        | 13        | 17           |
| <b>Kualitas Produk</b>    |  |           |              |
| 1                         | Produk yang saya terima dari Lazada merupakan produk asli/original sesuai klaim. | 12        | 18           |
| 2                         | Produk yang saya beli di Lazada berfungsi baik sesuai yang dijanjikan.           | 6         | 24           |
| 3                         | Ukuran/varian produk sesuai dengan pesanan saya.                                 | 12        | 18           |
| 4                         | Produk yang saya pesan melalui Lazada dalam kondisi baik ketika diterima.        | 9         | 21           |
| <b>Kualitas Pelayanan</b> |  |           |              |
| 1                         | Pesanan saya di kirim tepat waktu sesuai estimasi dari aplikasi Lazada.          | 10        | 20           |
| 2                         | Seller pada aplikasi Lazada memberikan pelayanan yang ramah dan professional     | 14        | 16           |
| 3                         | Masalah atau complain saya ditangani dengan cepat oleh pihak Lazada/seller       | 7         | 23           |
| 4                         | Informasi mengenai status pesanan disampaikan secara jelas oleh apliasi Lazada.  | 12        | 18           |
| <b>Jumlah</b>             |  | <b>30</b> |              |

Sumber : Hasil wawancara pra riset, 2025

Berdasarkan tabel I.2 diatas, maka dapat di jelaskan bahwa:

1. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil jawaban pra riset diatas dapat diketahui bahwa pada kualitas produk konsumen Lazada rata-rata menjawab tidak setuju. Konsumen berpendapat bahwa produk yang diterima dari Lazada tidak selalu sesuai klaim, beberapa barang tidak berfungsi dengan baik, ukuran dan varian produk tidak sesuai dengan pesanan, serta kondisi produk saat diterima sering mengalami kerusakan ringan maupun cacat pengiriman. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk di Lazada belum mampu memenuhi ekspetasi Sebagian besar konsumen.

2. Kualitas Pelayanan

konsumen juga rata-rata menjawab tidak setuju. Karena konsumen menilai bahwa pesanan sering tidak dikirim tepat waktu, pelayanan dari seller belum sepenuhnya ramah dan professional, serta proses penanganan complain masih lambat. Selain itu, konsumen menilai bahwa informasi terkait status pesanan tidak disampaikan secara jelas, sehingga menumbulkan kebingungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada aplikasi Lazada masih perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan konsumen.

Hasil pra riset di atas merupakan kesimpulan dari pra riset yang telah di laksanakan dengan mempertanyakan semua variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Online Pada Aplikasi Lazada Di Kecamatan Sumber Marga Telang Kabupaten Banyuasin.**

### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berbelanja online pada aplikasi Lazada di kecamatan sumber marga telang kabupaten banyuasin?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap terhadap kepuasan konsumen berbelanja online pada aplikasi Lazada di kecamatan sumber marga telang kabupaten banyuasin?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan konsumen berbelanja online pada aplikasi Lazada di kecamatan sumber marga telang kabupaten banyuasin?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berbelanja online pada aplikasi Lazada di kecamatan sumber marga telang kabupaten banyuasin.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen berbelanja online pada aplikasi Lazada di kecamatan sumber marga telang kabupaten banyuasin.

3. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan konsumen berbelanja online pada aplikasi Lazada di kecamatan sumber marga telang kabupaten banyuasin.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan pokok pembahasan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman, wawasan dan pengalaman peneliti serta peneliti dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi almamater

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi maupun informasi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian dibidang yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, Lendy (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Jawa Timur : Qiara Media.
- Anugrah dan Sudarmayasa (2020). *Kualitas Pelayanan Jasa:Akomodasi*. Gorontalo : Ideas Publishing.
- Andy, A., Jefry, J., & Anick, A. (2020). *E-Commerce dan Bisnis Digital*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Bakti, U., Hairudin, Akie,M,S. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. Volume 22 Nomor 1 Tahun 2020.
- Ferine, Kiki F dan Juniarti (2022). *Pelayanan SDM*. Yogyakarta : Selat Media Patners.
- Gunawan, C. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Harjadi Dikdik & Arraniti Iqbal (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk*. Kuningan : Penerbit Insania
- Harinie Luluk T (2023). *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Bali : Manifes Media.
- Hamirul, H., & Alamsyahril. (2020). *Good Governance dalam Perspektif Kualitas Pelayanan Publik*. Makassar: CV. Pustaka Learning Center.
- Indrasari, M, (2019). *Pemasaran dan Keputusan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Isnaini, D.A (2019). *Metedologi Penelitian Bisnis*. Palembang : NoerFikri.
- Kasmir (2017) *Customer Excellent : Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2022) *Marketing Management*, 15th Edition, Person Education.
- Kotler, p., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, 15th, Person Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.

- Manengal, B., Kalangi, J. A., & Punuindoong, A. Y. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Productivity*, Vol. 2, No. 5 Tahun 2021
- Muchsin Septian R.M dan Wahyono Agus, Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, Kualitas *Website* Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada (Study Pada Mahasiswa USNIFakultas Ekonomi. Volume 2 Nomor 2 Tahun 2018.
- Najib Rayyan G, Dewi Reni S, dan Suryoko Sri, Pengaruh Kualitas Produk Dan *E-Service Quality* TerhadapKepuasan Pelanggan (Study pada Konsumen Lazada Di Semarang. Volume 11 Nomor 2 Tahun 2022.
- Ramadan, Ade, dan Sarah, Siti. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada E-Commerce Lazada di Kota Bandung. Volume 7 Nomor 1 Tahun 2024.
- Rifa'i Khamdan (2023). *Kepuasan Konsumen*. Jawa Timur : UIN Khas Press.
- Triady Rizal dan Saputro Arie H, Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Lazada. Volume 1 Nomor 2 Tahun 2023
- Ulya Zikriatul, (2024). *Statistik Deskriptif*. Jawa Barat : Widia Media Utama.
- Wijaya Erric, dkk (2024). *Buku Ajar Ekonometrika*. Jambi : PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2022). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Smith, et al (2022). *Digital Marketing Advantages*. New York : Taylor & Francis
- Tjiptono, F., dan Anastasia Diana (2022), *Pemasaran*, Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F., Diana, N. P., & Fransiskho, A. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, F. (2020) *Strategi Pemasaran*, Edisi Empat. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, F. (2019a). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi* (4<sup>th</sup> ed). Andi Offset.