

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim*

*Asalamualaikum Wr.Wb.*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segenap rahmat dan karunia-Nya, shalawat semoga tercurah pada jujungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya serta para sahabatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi sebagai tahap dalam menyusun skripsi untuk melengkapi syarat perkuliahan S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LAZADA INDONESIA (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung)”**

Selama proses pembuatan skripsi ini tak lupa penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada Ayahanda Sofyan Ali dan Ibunda Nuraini tercinta yang tiada hentinya memberikan do'a, dorongan, dan kasih sayang yang begitu besar, serta dukungan baik moril dan material dengan nilai yang tak terhitung. Tak lupa juga Intan Larasati Amalia selaku Kakak dan Theo Bagus Sofyan selaku Adik yang memberikan semangat kepada penulis.

Penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. H. Undang Juju, SE., MP selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan tambahan ilmu dan dengan sabar membimbing dalam penyusunan.

Pada kesempatan ini pula penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi, diantaranya:

1. Prof. Dr. Ir. H. Eddy Jusuf Sp., MSi., M.Kom. Selaku Rektor Universitas Pasundan Bandung.
2. Dr. Atang Hermawan, SE., MSIE., Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
3. Dr. H. Juanim, SE., M.Si. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
4. Dr. H. Sasa S. Suratman, SE., M.Sc., Ak. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
5. Bapak Dikdik Kusdiana, SE., MT. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
6. Bapak Wasito, SE., MSIE. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
7. Dr. H. Heru Setiawan, SE., MM. Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
8. Hj. Mujibah Achyar Sufyani, SE., MM. Selaku Dosen Wali yang selalu mendukung dan memberikan nasihat yang membangun kepada penulis.
9. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan, Khususnya Dosen Program Studi Manajemen.
10. Keluarga yang selalu memberikan dukungan, motivasi, sekaligus yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis.

11. Sahabat – sahabat yang selalu memberikan semangat positif dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu – persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa draft skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa-mahasiswi dan pembaca.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb.***

Bandung, Januari 2018

Tiara Sofyani

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian .....	16
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian .....	16
1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	17
1.3 Tujuan Penelitian .....	18
1.4 Kegunaan Penelitian .....	18
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	18
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	19
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>20</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	20
2.1.1 Pengertian Manajemen .....	20
2.1.2 Pengertian Pemasaran .....	22

2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	24
2.1.4 Bauran Pemasaran Jasa .....	25
2.1.4.1 Pengertian Jasa .....	25
2.1.4.2 Pengertian Bauran Pemasaran Jasa .....	26
2.1.4.3 Unsur – Unsur Bauran Pemasaran .....	27
2.1.5 Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	32
2.1.5.1 Jenis - Jenis <i>E-Commerce</i> .....	33
2.1.6 Kualitas Produk .....	37
2.1.6.1 Pengertian Produk .....	37
2.1.6.2 Tingkatan Produk .....	38
2.1.6.3 Klasifikasi Produk .....	39
2.1.6.4 Pengertian Kualitas Produk .....	40
2.1.6.5 Dimensi Kualitas Produk .....	41
2.1.7 Harga .....	44
2.1.7.1 Pengertian Harga .....	44
2.1.7.2 Dimensi Harga .....	45
2.1.7.3 Tujuan Penetapan Harga .....	47
2.1.7.4 Metode Penetapan Harga .....	48
2.1.8 Kualitas Pelayanan .....	49
2.1.8.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	49
2.1.8.2 Kualitas Pelayanan Dalam <i>E-Commerce</i> .....	51
2.1.8.3 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	52
2.1.8.4 Kesenjangan Kualitas Pelayanan .....	55
2.1.8.5 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan .....	56

2.1.9	Kepuasan Konsumen .....	57
2.1.9.2	Dimensi Kepuasan Konsumen .....	59
2.1.9.3	Tipe – Tipe Kepuasan Konsumen .....	61
2.1.9.4	Strategi Kepuasan Konsumen .....	62
2.1.10	Peneliti Pendahuluan .....	63
2.2	Kerangka Penulisan .....	74
2.2.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	75
2.2.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	76
2.2.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	77
2.2.4	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	78
2.2.5	Paradigma Penelitian .....	79
2.3	Hipotesis Penelitian .....	81
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>82</b>
3.1	Metode Penelitian Yang Digunakan .....	82
3.2	Definisi Variabel dan Operasional Variabel .....	83
3.2.1	Definisi Variabel Penelitian .....	83
3.2.2	Operasional Variabel .....	85
3.3	Populasi dan Sampel .....	90
3.3.1	Populasi .....	91
3.3.2	Sampel .....	91
3.3.3	Teknik Sampling .....	93
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	94

3.4.1 Uji Instrumen Penelitian .....	95
3.4.1.1 Uji Validitas .....	96
3.4.1.2 Uji Realibilitas .....	101
3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis .....	102
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	103
3.5.2 Analisis Verifikatif .....	105
3.5.2.1 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI) .....	106
3.5.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	107
3.5.2.3 Analisis Korelasi Berganda .....	108
3.5.2.4 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	109
3.5.3 Uji Hipotesis .....	110
3.5.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F) .....	110
3.5.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T) .....	111
3.6 Rancangan Kuesioner .....	113
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	113
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>114</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	114
4.1.1 Gambaran Umum Lazada Indonesia .....	114
4.1.1.1 Profil Lazada Indonesia .....	114
4.1.1.2 Logo dan Visi Misi Lazada Indonesia .....	115
4.1.1.3 Produk Lazada Indonesia .....	116
4.1.2 Karakteristik Responden .....	117
4.1.3 Analisis Deskriptif .....	121
4.1.3.1 Tanggapan Mahasiswa Mengenai	

	Kualitas Produk Pada Situs Jual Beli	
	<i>Online</i> Lazada .....	121
4.1.3.2	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Harga	
	Pada Situs Jual Beli <i>Online</i> Lazada .....	129
4.1.3.3	Tanggapan Mahasiswa Mengenai	
	Kualitas Pelayanan .....	135
4.1.3.4	Tanggapan Mahasiswa Mengenai	
	Kepuasan Konsumen Pada Situs Jual	
	Beli <i>Online</i> Lazada .....	144
4.1.4	Analisis Verifikatif .....	149
	4.1.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	150
	4.1.4.2 Analisis Korelasi Berganda .....	151
	4.1.4.3 Analisis Koefisien Determinasi .....	153
4.1.5	Uji Hipotesis .....	155
	4.1.5.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F) .....	155
	4.1.5.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T) .....	156
4.2	Pembahasan .....	158
	4.2.1 Pembahasan Deskriptif .....	158
	4.2.1.1 Tanggapan Mahasiswa Mengenai	
	Kualitas Produk Pada Situs Jual Beli	
	<i>Online</i> Lazada .....	158
	4.2.1.2 Tanggapan Mahasiswa Mengenai Harga	
	Pada Situs Jual Beli <i>Online</i> Lazada .....	160
	4.2.1.3 Tanggapan Mahasiswa Mengenai	
	Kualitas Pelayanan Pada Situs Jual Beli	



	<i>Online</i> Lazada .....	161
4.2.1.4	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Kepuasan Konsumen Pada Situs Jual Beli <i>Online</i> Lazada .....	162
4.2.2	Pembahasan Verifikatif .....	163
4.2.2.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kualitas Produk Kepuasan Konsumen Pada Situs Jual Beli <i>Online</i> Lazada .....	164
4.2.2.2	Pengaruh Harga Terhadap Kualitas Produk Kepuasan Konsumen Pada Situs Jual Beli <i>Online</i> Lazada .....	165
4.2.2.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Produk Kepuasan Konsumen Pada Situs Jual Beli <i>Online</i> Lazada .....	166
4.2.2.4	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Produk Kepuasan Konsumen Pada Situs Jual Beli <i>Online</i> Lazada .....	167
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN</b> .....	170
5.1	Kesimpulan .....	170
5.2	Saran .....	171
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	174

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.1	Rank Situs Jual Beli <i>Online</i> .....	6
1.2	Kasus yang Pernah Terjadi Di Lazada .....	8
1.3	Hasil Penelitian Pendahuluan Terkait Penurunan Jumlah Pengunjung Lazada Indonesia .....	10
1.4	Penelitian Pendahuluan Terkait Dengan Faktor-Faktor Yang Diduga Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Lazada Indonesia .....	12
2.1	Dimensi Kualitas Produk .....	43
2.2	Dimensi Harga .....	47
2.3	Dimensi Kualitas Pelayanan .....	55
2.4	Dimensi Kepuasan Konsumen .....	60
2.5	Penelitian Pendahuluan .....	64
3.1	Operasional Variabel .....	86
3.2	Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung .....	91
3.3	Hasil Pengujian Validitas Instumen Kualitas Produk .....	97
3.4	Hasil Pengujian Validitas Instumen Harga .....	98
3.5	Hasil Pengujian Validitas Instumen Kualitas Pelayanan .....	99
3.6	Hasil Pengujian Validitas Instumen Kepuasan Konsumen .....	100
3.7	Hasil Pengujian Reliabilitas Keseluruhan Variabel .....	101

3.8	Skala Model Likert .....	103
3.9	Interprestasi Koefisien Korelasi .....	108
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	117
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi .....	118
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	118
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	119
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku .....	119
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Lazada	120
4.7	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kinerja Utama Produk .....	122
4.8	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kemudahan Penggunaan .....	122
4.9	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Ketahanan Produk .	123
4.10	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Ketahanan Kemasan Produk .....	123
4.11	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Spesifikasi Produk .	124
4.12	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Desian Produk .....	124
4.13	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Keberagaman Produk .....	125
4.14	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Ciri Khas Produk ...	125
4.15	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Keandalan Fisik Produk .....	126
4.16	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Keandalan Bahan Baku .....	126

4.17	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kualitas Gambar ....	127
4.18	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kualitas Desain Produk .....	127
4.19	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Produk	128
4.20	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Keterjangkauan Harga .....	130
4.21	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kesesuaian Harga ..	130
4.22	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kesesuaian Harga Dengan Produk Yang Ditawarkan .....	131
4.23	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kesesuaian Harga Dengan Produk Yang Diinginkan .....	131
4.24	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Yang Diinginkan .....	132
4.25	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Yang Dibutuhkan .....	132
4.26	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Harga Dapat Bersaing Dengan Situs Jual Beli <i>Online</i> Lain .....	133
4.27	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Harga Ekonomis ....	133
4.28	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Harga .....	134
4.29	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kemudahan Mendapat Barang .....	136
4.30	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kemudahan Mengakses Halaman dan Aplikasi .....	136

4.31	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kemudahan Pengembalian Uang atas Barang Cacat dan Tidak Sesuai .....	137
4.32	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kemudahan Pengembalian Uang atas Biaya Pengiriman .....	137
4.33	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Ketanggapan Karyawan Menyelesaikan Keluhan .....	138
4.34	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kecepatan Karyawan Merespon Permintaan Pelanggan .....	138
4.35	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Jaminan Ketepatan Waktu Pengiriman .....	139
4.36	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Jaminan Penggantian Barang Rusak .....	139
4.37	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Lazada Menyediakan Nomor Telfon yang Dapat Dihubungi .....	140
4.38	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kemudahan Menghubungi <i>Customer Service</i> Lazada .....	140
4.39	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Lazada Melindungi Keamanan Transaksi .....	141
4.40	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kerahasiaan Transaksi .....	141
4.41	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Pelayanan .....	142

4.42	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kepuasan Atas Produk yang Dipesan .....	144
4.43	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kepuasan Atas Harga yang Ditawarkan .....	144
4.44	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kepuasan Atas Pelayanan yang Diberikan .....	145
4.45	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kepuasan Atas Kemudahan Mengakses Halaman dan Aplikasi .....	145
4.46	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kepuasan Atas Produk Yang Diharapkan .....	146
4.47	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kepuasan Atas Harga Yang Diharapkan .....	146
4.48	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kepuasan Atas Pelayanan Karyawan Yang Diharapkan .....	147
4.49	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Indikator Kepuasan Atas Terpenuhnya Janji Yang Ditawarkan .....	147
4.50	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Kepuasan Konsumen .....	148
4.51	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	150
4.52	Hasil Korelasi Berganda Antara Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	152
4.53	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	152
4.54	Koefisien Determinasi Simultan .....	153

4.55	Koefisien Determinasi Parsial .....	154
4.56	Hasil Pengujian Hipotesis Simultan .....	156
4.57	Hasil Pengujian Hipotesis Parsial .....	158

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
1.1	Pertumbuhan Pengguna Internet Tahun 1998 – 2017 .....	2
1.2	<i>E-Commerce</i> Di Indonesia Yang Paling Familiar 2017 .....	4
1.3	Data Statistic Lazada.co.id .....	5
1.4	Pengalaman Berbelanja di Lazada .....	7
1.5	<i>Review</i> Lazada.co.id .....	9
2.1	Paradigma Penelitian .....	80
3.1	Garis Kontinum .....	105
4.1	Logo Lazada Indonesia .....	115
4.2	Garis Kontinum Kualitas Produk .....	129
4.3	Garis Kontinum Harga .....	135
4.4	Garis Kontinum Kualitas Pelayanan .....	143
4.5	Garis Kontinum Kepuasan Konsumen .....	149



## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
1	Surat Keputusan Dekan .....	180
2	Kartu Perkembangan Bimbingan Skripsi .....	182
3	Kartu Bukti Mengikuti Kegiatan Ujian SUP dan Ujian Sidang Skripsi .....	183
5.	Lembar Persetujuan Sidang .....	184
6.	Kuesioner Survei Pendahuluan .....	186
7.	Tabulasi Data Survei Pendahuluan .....	188
8.	Kuesioner Penelitian .....	190
9.	Tabulasi Data Karakteristik Responden .....	194
10.	Tabulasi Data Kuesioner Penelitian .....	198
11.	<i>Method Of Succesive Interval</i> (MSI) .....	207
12.	Hasil Perhitungan SPSS .....	220