

**PENGARUH E-KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
MEMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* LAZADA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Anik Pujianti

NIM : 43118010023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

JAKARTA

2022

**PENGARUH E-KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
MEMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* LAZADA**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Anik Pujianti

NIM : 43118010023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2022**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anik Pujianti

NIM : 43118010023

Program Studi : Manajemen Ekonomi & Bisnis S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Oktober 2022



Anik Pujianti

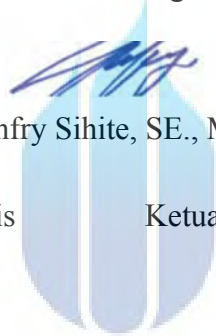
NIM : 43118010023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anik Pujianti
NIM : 43118010023
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH E-KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
MEMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA E-COMMERCE LAZADA
Tanggal Sidang : 15 Oktober 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Janfry Sihite, SE., M.SM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. **V E R S** Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

MERCU BUANA

LPTA 11221805



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh E-Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Memediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen pada E-Commerce Lazada”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM, selaku Ketua Program Studi SI Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Janfry Sihite, SE. MSM, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Dr. Catur Widayati, SE. MM, selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.

6. Dr. Yuli Harwani, MM, selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh Dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Amin.
8. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keiklasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
9. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2018 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
10. Seluruh konsumen Lazada yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
11. Teristimewa, kedua orang tua tercinta Bapak Sutardi dan Ibu Samikem, adik tercinta Anjani Putri Diayu dan kakak Anang Suyoto S.pd. yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman seperjuangan dalam berdiskusi dan mencari referensi, Elsa Saputri Widya Ningrum, Aulia Yulianti, Afiah Camila Farras, dan Rani Zahrawani yang selalu saling membantu dalam proses penyusunan proposal ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman.

Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 15 Oktober 2022

Anik Pujianti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. KAJIAN PUSTAKA	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
2. E-Commerce	15
3. E-Kualitas Layanan.....	16
4. Persepsi Harga.....	17
5. Kepuasan Pelanggan	19
6. Loyalitas Konsumen.....	21
B. KERANGKA PENELITIAN	22
1. Penelitian Terdahulu	22
2. Hubungan Antar Variabel	26
C. KERANGKA PEMIKIRAN	29
D. HIPOTESIS.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Objek Penelitian.....	32
B. Desain Penelitian.....	32
C. Definisi Dan Operasional Variabel	33
1. Definisi Operasi Variabel.....	33
2. Operasional Variabel.....	35
D. Skala Pengukuran Variabel	36
E. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	37
F. Metode Pengumpulan Data	48
G. Metode Analisis Data	38
1. Analisis Partial Least Square (PLS).....	39
2. Langkah-Langkah Pengujian PLS.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	44

1. Lazada	44
B. Analisis Deskriptif	45
1. Deskriptif Responden	45
2. Deskripsi Variabel	48
C. Hasil Uji Instrumen dan Hasil Analisis Data	54
1. Uji Outer Model	56
2. Hasil Uji Discriminant Validity	61
3. Uji Composite Realibility dan Cronbachs Alpha	63
4. Pengujian Model Struktur / Uji Hipotesis (Inner Model)	65
5. Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	79



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keluhan Pelanggan Lazada.co.id	7
Tabel 1.2 Hasil pra survey	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Oprasional Variabel	35
Tabel 3.2 Skala Likert	36
Tabel 3.3 Pengujian Validitas	40
Tabel 3.4 Pengujian Reliabilitas	41
Tabel 3.5 Pengujian Nilai R-Square	42
Tabel 3.6 Pengujian Hipotesis	43
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Profile Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Profile Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4 Profile berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	48
Tabel 4.5 Deskriptif E-Kualitas Layanan.....	49
Tabel 4.6 Deskriptif Persepsi Harga	50
Tabel 4.7 Deskriptif Kepuasan Pelanggan	52
Tabel 4.8 Deskriptif Loyalitas Konsumen	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Convergent Validity	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Convergent Validity Jalur (Modifikasi)	58
Tabel 4.11 Hasil Output AVE.....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)	61
Tabel 4.13 Uji Discriminant Validity (Fornell-Lacker).....	62
Tabel 4.14 Rasio Heterotrait Monotrait (HTMT)	63
Tabel 4.15 Uji Reabilitas Composite Realibility	64
Tabel 4.16 Uji Cronbachs Alpha.....	64
Tabel 4.17 Uji R-Square	66
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi dan Pengguna Internet pada tahun 2018 Berdasarkan Umur (%)	2
Gambar 1.2 Prediksi Angka Penggunaan E-commerce di Indonesia dari Tahun 2017-2024	3
Gambar 1.3 Review Konsumen Lazada.....	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 Rancangan Outer Model.....	55
Gambar 4.2 Hasil Output Diagram Jalur Awal.....	56
Gambar 4.3 Hasil Output Diagram Jalur (Modifikasi)	58
Gambar 4.4 Diagram Output AVE.....	60
Gambar 4.5 Diagram Cronbachs Alpha	65
Gambar 4.6 Diagram R-Square Adjusted	66
Gambar 4.7 Hasil Uji Bootstrapping.....	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	80
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	85
Lampiran 3 Deskripsi Responden	98
Lampiran 4 Deskripsi Variabel	100
Lampiran 5 Hasil Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>).....	103

