

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
(Studi kasus pada Konsumen Lazada Indonesia di Perkantoran
One Pacific Place Jakarta)**

SKRIPSI

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



Nama : Afandi

NIM : 43113120306

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afandi

NIM : 43113120306

Program : S1 Manajemen

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Manajemen Program Sarjana Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 15 Maret 2020



Afandi

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Afandi
NIM : 43113120306
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Analisis pengaruh *Service Quality* dan *Price* Terhadap
Customer Satisfaction (Dengan Studi Kasus Pada
Konsumen Lazada Indonesia Di Perkantoran *One Pacific*
Place Jakarta)
Tanggal Lulus Ujian : 11 Maret 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing



M. Rizki Sadikin, BBA, MBA.

Tanggal:

Ketua Penguji



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si.

Tanggal:

Dekan



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.

Tanggal:

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Daru Asih, S.E., M.Si.

Tanggal:

ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *service quality* dan *price* terhadap *customer satisfaction* konsumen Lazada Indonesia di Perkantoran One Pacific Place Jakarta dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data dalam penelitian diperoleh dari 120 responden konsumen Lazada Indonesia. Selanjutnya, analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode statistik regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 16.0 for windows. Untuk pengujian analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, linieritas regresi, regresi linier sederhana, dan uji t. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel *service quality* dan *price* secara simultan berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa, semakin bagus *service quality* maupun semakin menarik *price* yang diberikan oleh perusahaan maka akan menaikkan *customer satisfaction* perusahaan.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Price*, dan *Customer Satisfaction*.

ABSTRACT

The main objective of this study is to examine and analyze the effect of service quality and price on Lazada Indonesia's consumer customer satisfaction in the One Pacific Place Office Jakarta by using a quantitative descriptive approach. The data in this study were obtained from 120 Lazada Indonesia consumer respondents. Furthermore, data analysis in this study uses simple linear regression statistical methods with the help of SPSS 16.0 for windows. For testing data analysis using validity, reliability, normality, regression linearity, simple linear regression, and t test. The results of this study stated that the variable service quality and price simultaneously affect customer satisfaction. It can be concluded that, the better the service quality and the more attractive the price given by the company will increase the company's customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, and Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul: **“Analisi Pengaruh *Service Quality* dan *Price* terhadap *Customer Satisfaction* (Studi Kasus pada Konsumen Lazada Indonesia di Perkantoran One Pacific Place Jakarta).**

Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen di Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada Bapak M. Rizki Sadikin, BBA, MBA sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Skripsi ini dari awal hingga Skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, S.E., M.Sc selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Tine Yuliantini, S.Par., MM selaku Sekertaris 1 Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si selaku Sekertaris 2 Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Kedua orang tua tercinta dan keluarga saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal ini.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 15 Maret 2020

Afandi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	12
A. Kajian Teori	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
2. <i>E-Marketing</i>	13
3. <i>E-Commerce</i>	13
4. Perilaku Konsumen	14
5. <i>Customer Satisfaction</i>	15
6. <i>Service Quality</i>	17
7. <i>Price</i>	19
B. Kajian Riset Terdahulu	20
C. Pengembangan Hipotesis	24
D. Rerangka Pemikiran.....	24
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN.....	26

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	26
B. Desain Penelitian	26
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	27
1. Definisi Variabel	27
2. Operasional Variabel.....	28
D. Populasi dan Sampel Penelitian	31
1. Populasi	31
2. Sampel.....	32
E. Data.....	33
1. Data Primer	34
2. Data Sekunder	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	34
G. Metode Analisis	35
1. <i>Pre-Test</i>	35
a. Uji Normalitas Data	35
b. Uji Validitas	36
2. Uji Hipotesis.....	37
a. Uji F.....	37
b. Uji T.....	38
3. Uji Asumsi Klasik	39
a. Uji Multikolinieritas	39
b. Uji Heteroskedastisitas	40
4. Analisis Regresi Berganda	40
5. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	42
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
1. Sejarah singkat Lazada Indonesia	43
1.1 Visi dan Misi Lazada Indonesia.....	46
B. Analisis Statistik Deskriptif	46
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	47
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48

4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Intesitas Pembelian.....	49
5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	50
C.	Analisis Karakteristik Jawaban Responden	51
1.	Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Service Quality</i>	51
2.	Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Price</i>	52
3.	Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	52
D.	Analisis Data.....	53
1.	Hasil Uji Validitas	53
1.1	Uji Validitas	53
1.1.1	Variabel <i>Service Quality</i>	53
1.1.2	Variabel <i>Price</i>	54
1.1.3	Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	55
1.2	Uji Reliabilitas	56
2.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
2.1	Uji Normalitas.....	57
2.2	Uji Multikolinearitas.....	58
2.3	Uji Heterokedasititas.....	59
3.	Analisis Regresi Berganda	61
4.	Pengujian Hipotesis.....	62
4.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	62
4.2	Uji Ketepatan Model (Uji Statistik F).....	63
4.3	Uji Ketepatan Signifikansi Parsial (Uji Statistik t).....	63
4.4.1	Uji Hipotesis Pengaruh <i>Sevice Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	64
4.4.2	Uji Hipotesis Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	65
5.	Analisis Hasil Penelitian	65
5.1	Analisis Pengaruh <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	65
5.2	Analisis Pengaruh antara <i>Price</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	66

x

BAB V.....	67
SIMPULAN DAN SARAN	67
A. Simpulan	67
B. Saran	67

x

DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1	<i>World Internet Usage And Population Statistics</i>	1
1.2	<i>Asia Internet Use, Population Data And Facebook Statistics</i>	2
1.3	Hasil Top Brand Awards Tahun 2016	6
1.4	Hasil Kuesioner <i>Pra-Survey</i>	9
2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
3.1	Operasional Variabel.....	29
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	47
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	49
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	50
4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	51
4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Price</i>	52
4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	52
4.9	Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i>	53
4.10	Uji Validitas Variabel <i>Price</i>	54
4.11	Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	55
4.12	Hasil Uji Reabilitas	57
4.13	Hasil Uji Normalitas	58
4.14	Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
4.15	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.16	Hasil Uji Determinasi (R^2).....	62
4.17	Hasil Uji Ketepatan Model (Uji F).....	63
4.18	Hasil Uji Ketepatan Model (Uji t).....	64

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.1	Penggunaan Internet Berdasarkan Perangkat Yang Digunakan.....	3
1.2	Perilaku Penggunaan Internet Indonesia.....	4
1.3	Estimasi Penjualan E-Commerce di Indonesia	5
1.4	Review Konsumen Lazada.....	7
2.1	Rerangka Pemikiran	24
4.1	Hasil Uji Heterokedasititas	60

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Data Jawaban Responden (Sambungan).....	78
Lampiran 3 Hasil Uji Multikolinearitas	88
Lampiran 4 Hasil Uji Heterokedasititas	89
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
Lampiran 6 Hasil Uji Determinasi (R Square).....	89
Lampiran 7 Hasil Uji F (simultan)	90
Lampiran 8 Hasil Uji T	90