



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN JASA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI TOKO
BELANJA ONLINE LAZADA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program
sarjana (S1) Pada Program Studi Psikologi

Oleh :

EKO SEPTIO ADI

46113010059

UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS PSIKOLOGI

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

2017

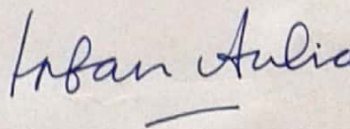
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI TOKO BELANJA *ONLINE LAZADA*" telah diujikan dalam Sidang Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta pada 11 Agustus 2017. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Psikologi Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 11 Agustus 2017



Pembimbing



Dr. Irfan Aulia Syaiful, M.Psi

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Jasa Terhadap
Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Toko Belanja *Online*
LAZADA**

Nama : Eko Septio Adi

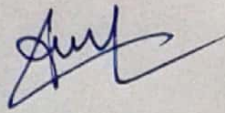
NIM : 46113010059

Program : Program Studi Psikologi

Tanggal : 11 Agustus 2017

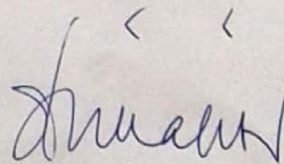


Dekan Fakultas Psikologi



Muhammad Iqbal, Ph.D

Ketua Program Studi



Dra. Tika Bisono, M.PsiT, Psikolog

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Toko Belanja *Online* LAZADA**

Nama : Eko Septio Adi

NIM : 46113010059

Program : Program Studi Psikologi

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 Agustus 2017



Eko Septio Adi

v

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang senantiasa telah menganugerahkan rahmat, serta hidayah-Nya kepada peneliti dalam rangka menyelesaikan karya skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Toko Belanja Online LAZADA”**. karya skripsi ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) pada Program studi Psikologi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam menyusun skripsi ini penulis merasa bersyukur atas bantuan ataupun motivasi, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak yang telah membantu terselesainya skripsi penulis agar berjalan dengan lancar sebagai semestinya. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih :

1. Kepada kedua superhero, ayah dan ibu yang sudah banyak memotivasi anaknya, terima kasih yang sebesar-besarnya bahkan mungkin kata terima kasih saja tidak cukup untuk membalas kebaikan yang tulus dari kedua superhero anaknya, karena dengan daya dan kerja kerasnya yang tanpa lelah membanting tulang hanya untuk membiayai sekolah anaknya agar bisa meraih cita-cita anaknya.
2. Kepada bapak Dr.Irfan Aulia Syaiful, M.Psi selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam pengerjaan skripsi walaupun peneliti sering telat dalam bimbingan tapi beliau selalu sabar dalam memberikan arahan, serta waktu yang telah diluangkan untuk memberikan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ,dan walaupun sangat sibuk pekerjaannya tapi beliau selalu memberikan arahan yang baik dalam skripsi ini.
3. Kepada bapak Muhammad Iqbal, Ph.D sebagai dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana

4. Kepada ibu Dra. Tika Bisono, MpsiT, psikolog. Sebagai Ketua Program Studi Fakultas Psikologi atas saran-saran yang diberikan untuk kami para mahasiswa
5. Kepada sahabat-sahabat seperjuangan Mitha, Ridwan, Andre, Lutfu, Imah, Hanif, Dissya dan teman-teman Psikologi angkatan 2013 yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.
6. Kepada teman Seperjuangan Skripsi satu bimbingan Maya, Rizal, Dhara, Lingga, Elok.
7. Kepada sahabat-sahabat kalem Kita Kita Aja Ribhi, Ibnu Fadilah, Kokom, Rizki Dwi, dan Vidya.
8. Kepada sahabat alumni anak magang Perpustakaan Mercu Buana Menteng Putra, Aldi, dan Nurul.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.



Jakarta, 11 Agustus 2017

Eko Septio Adi

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kualitas Produk	
2.1.1 Pengertian Kualitas Produk	11
2.1.2 Pendekatan Perspektif Kualitas Produk	11
2.1.3 Dimensi Kualitas Produk	13

2.1.4 Faktor-Faktor Kualitas Produk	14
2.2 Kualitas Layanan Jasa	
2.2.1 Definisi Kualitas Layanan Jasa	18
2.2.2 Komponen Kualitas Layanan Jasa	18
2.2.3 Dimensi Kualitas Layanan Jasa	19
2.2.4 Faktor-Faktor Kualitas Layanan Jasa	24
2.3 Kepuasan Konsumen	
2.3.1 Definisi Kepuasan Konsumen	24
2.3.2 Tipe-tipe Kepuasan Konsumen	25
2.3.3 Dimensi Kepuasan Konsumen	27
2.3.4 Faktor-faktor yang menentukan Kepuasan Konsumen	27
2.4 Toko Belanja <i>Online</i> LAZADA	
2.4.1 Definisi Toko Belanja <i>Online</i> LAZADA	29
2.4.2 Metode Pembayaran <i>online shopping</i>	30
2.4.3 Layanan LAZADA	32
2.5 Penelitian Terdahulu	35
2.6 Kerangka pemikiran	37
2.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.6.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsum	39
2.6.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	40
2.7 Hipotesis Penelitian	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	40
3.2 Variabel Penelitian	40
3.2.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	40
3.2.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	40
3.3 Operasional Variabel Penelitian	41
3.3.1 Variabel Kepuasan Konsumen	41
3.3.2 Variabel Kualitas Produk	41
3.3.3 Variabel Kualitas Layanan	41
3.4 Sample dan Populasi	42
3.4.1 Populasi	42
3.4.2 Sampel	42
3.4.3 Subjek Penelitian	43
3.4.4 Tempat dan Waktu Penelitian	44
3.5 Sumber Data Penelitian	44
3.6 Metode pengumpulan Data	45
3.6.1 Skala Ukur Kepuasan Konsumen	45
3.6.2 Skala Ukur Kualitas Produk	47
3.6.3 Skala Ukur Kualitas Layanan	50
3.7 Teknik Analisis Data	52
3.7.1 Analisis Faktor Konfirmatori	52
3.7.1.1 Uji Validitas	53

3.7.1.2 Uji Composite Reability	53
3.7.2 Estimasi Persamaan Full Model	54
3.7.3 Path Analysis (Analisis Jalur)	54
3.7.4 Uji Hipotesis	55
3.8 Jadwal Penelitian	
3.8.1 Lokasi Penelitian	56
3.8.2 Waktu Pelaksanaan penelitian	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Umum Subjek Penelitian	57
4.1.1 Kuesioner Penelitian	57
4.1.2 Data Responden	58
4.2 Tanggapan Responden	61
4.2.1 Variabel Kualitas Produk (X1)	62
4.2.1.1 Dimensi Bentuk	63
4.2.1.2 Dimensi Ciri-Ciri Produk	63
4.2.1.3 Dimensi Kualitas kinerja	64
4.2.1.4 Dimensi Kualitas Ketepatan	65
4.2.1.5 Dimensi Ketahanan	66
4.2.1.6 Dimensi Keandalan	66
4.2.1.7 Dimensi Kemudahan Perbaikan	67
4.2.1.8 Dimensi Gaya	68
4.2.1.9 Dimensi Desain	69

4.2.2 Variabel Kualitas Layanan Jasa (X2)	69
4.2.2.1 Dimensi Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)	71
4.2.2.2 Dimensi Kendala (<i>Reliability</i>)	72
4.2.2.3 Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	73
4.2.2.4 Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)	74
4.2.2.5 Dimensi Kepedulian/Empati (<i>Emphaty</i>)	75
4.2.3 Variabel Kepuasan Konsumen(Y)	75
4.2.3.1 Dimensi <i>Confirmation</i>	77
4.2.3.2 Dimensi <i>Positive Disconfirmation</i>	78
4.2.3.3 Dimensi <i>Negative Disconfirmationn</i>	79
4.3 Analisis Faktor Konfirmatori	80
4.3.1 Pengujian Validitas	80
4.3.2 Pengujian <i>Composite Reability</i>	83
4.4 Estimasi Persamaan Full Model	88
4.5 Path Analysis	92
4.6 Uji Hipotesis	93
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	93
4.6.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	94
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Layanan Jasa (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	95

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pengguna aplikasi belanja online Lazada	96
4.7.2 Pengaruh Kualitas Layanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen pengguna aplikasi belanja online Lazada	98
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen pengguna aplikasi belanja online Lazada.....	101

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan Penelitian	102
5.2 Diskusi Penelitian	103
5.3 Keterbatasan Penelitian	109
5.4 Saran Penelitian	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Situs yang familiar digunakan oleh pembeli dalam transaksi E-Commerce tahun 2015	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 DAFTAR KOTA PENGGUNA INTERNET <i>ONLINE</i> SHOPPING DI INDONESIA TAHUN 2016	44
Tabel 3.2 Blue Print Skala Kepuasan Konsumen	47
Tabel 3.3 Blue Print Skala Kualitas Produk	49
Tabel 3.4 Blue Print Skala Kualitas Layanan Jasa	51
Tabel 3.5 Nilai Skala Likert	52
Tabel 4.1 Data responden berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Data responden berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Data responden berdasarkan Domisili	60
Tabel 4.4 Pedoman kategorisasi Skor Tanggapan Responden	61
Tabel 4.5 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai Kualitas Produk..	62
Tabel 4.6 Tanggapan responden mengenai dimensi Bentuk	63
Tabel 4.7 Tanggapan responden mengenai dimensi Ciri-ciri produk	63
Tabel 4.8 Tanggapan responden mengenai dimensi Kualitas Kinerja	64
Tabel 4.9 Tanggapan responden mengenai dimensi Kualitas Ketepatan ..	65
Tabel 4.10 Tanggapan responden mengenai dimensi Ketahanan	66
Tabel 4.11 Tanggapan responden mengenai dimensi <i>Keandalan</i>	66

Tabel 4.12 Tanggapan responden mengenai dimensi	
<i>Kemudahan Perbaikan</i>	67
Tabel 4.13 Tanggapan responden mengenai dimensi <i>Gaya</i>	68
Tabel 4.14 Tanggapan responden mengenai dimensi <i>Desain</i>	69
Tabel 4.15 Pedoman kategorisasi Skor Tanggapan	
Responden	70
Tabel 4.16 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai Kualitas	
Layanan Jasa (X2)	70
Tabel 4.17 Tanggapan responden mengenai dimensi	
Bukti Langsung	71
Tabel 4.18 Tanggapan responden mengenai dimensi Kendala	72
Tabel 4.19 Tanggapan responden mengenai dimensi DayaTanggap	73
Tabel 4.20 Tanggapan responden mengenai dimensi Jaminan	74
Tabel 4.21 Tanggapan responden mengenai dimensi	
Kepedulian/Empati	75
Tabel 4.22 Pedoman kategorisasi Skor Tanggapan Responden	76
Tabel 4.23 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai	
Kepuasan Konsumen	76
Tabel 4.24 Tanggapan responden mengenai dimensi <i>Confirmation</i>	77
Tabel 4.25 Tanggapan responden mengenai dimensi	
<i>Postive Disconfirmation</i>	78

Tabel 4.26 Tanggapan responden mengenai dimensi <i>Negative Disconfirmation</i>	79
Tabel 4.27 Pengujian <i>Composite Reliability</i> Variabel Kualitas Produk(X1)	83
Tabel 4.28 Pengujian <i>Composite Reliability</i> Variabel Kualitas Layanan Jasa (X2)	85
Tabel 4.29 Pengujian <i>Composite Reliability</i> Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	87
Tabel 4.30 Evaluasi terhadap Indeks-indeks Fit Model Struktural	90
Tabel 4.31 Evaluasi terhadap Indeks-indeks Fit Model Struktural	92
Tabel 4.32 Rangkuman hasil estimasi Koefisien Jalur dan Uji Statistik ...	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komentar pengguna aplikasi toko belanja online lazada	5
Gambar 4.1 Data responden berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 4.2 Data responden berdasarkan Usia	59
Gambar 4.3 Data responden berdasarkan Domisili	60
Gambar 4.4 CFA konstruk Kualitas Produk (X1)	80
Gambar 4.5 CFA konstruk Kualitas Layanan Jasa (X2)	81
Gambar 4.6 CFA konstruk Kepuasan Konsumen(Y)	82
Gambar 4.7 Model Struktural (<i>Standardized</i>)	89
Gambar 4.8 Hasil full model Struktural (<i>Standardized</i>)	91