

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TOKO ONLINE LAZADA.CO.ID

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG

Oleh;

Nama: Ricky Adi Putra

NIM: 28100150

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JULI 2014

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TOKO ONLINE LAZADA.CO.ID
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG**

Diajukan Oleh

Nama: Ricky Adi Putra

NIM: 28100150

Jakarta, 16 Juli 2014

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Agus Salim, S.E., M.B.A., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2014



ABSTRAK

Ricky Arian Putra / 28100150 / 2014 / Pengaruh Kualitas Layanan Toko Online Lazada.co.id Terhadap Keputusan Pembelian Ulang / Pembimbing: Agus Salim, S.E., M.B.A., M.M.

Pesaingan di dunia bisnis semakin marak dan setiap perusahaan berlomba untuk mencari cara dalam meningkatkan penjualan demi meningkatkan profitabilitas perusahaan. Salah satunya adalah dengan peningkatan kualitas layanan. Lazada sebagai salah satu toko online terbesar di Indonesia tentu perlu memperhatikan kualitas layanan karena kualitas layanan adalah faktor utama konsumen dalam menentukan apakah akan melakukan pembelian melalui toko online atau tidak.

Penelitian ini didasarkan pada teori mengenai kualitas layanan dan keputusan pembelian. Kualitas layanan adalah derajat perbedaan antara standar harapan pelayanan dari konsumen dengan persepsi performa kualitas layanan itu sendiri. Keputusan pembelian adalah tahap dimana konsumen akan menentukan pilihannya untuk membeli atau tidak.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, dengan pendekatan penelitian menggunakan teknik komunikasi melalui kuisioner. Penelitian dilakukan dengan responden sebanyak 100 orang yang memiliki pengalaman berbelanja melalui toko online Lazada. Penelitian diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik dan model regresi sederhana.

Dari penelitian ini diketahui bahwa konsumen setuju bahwa rata-rata konsumen yang berbelanja di Lazada adalah konsumen yang berjenis kelamin laki-laki, berumur 21-35 tahun, dan pernah berbelanja sebanyak 1-2 kali. Selain itu, Lazada telah memberikan kualitas layanan yang baik, akan melakukan pembelian ulang melalui toko online Lazada.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Lazada sudah baik, konsumen setuju akan melakukan pembelian ulang di Lazada, dan terdapat bukti bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

ABSTRACT

Ricky Adha Putra / 28100150 / 2014 / Influence of Lazada.co.id Online Shop Service Quality To Repurchase Decision/ Advisor: Agus Salim, S.E., M.B.A., M.M.

The competition in business increased periodically and each company compete to find the way of increasing sales to increase company's profitability. One of the way is improve service quality. Lazada as one of the biggest online shop in Indonesia must pay attention to service quality because service quality is the main factor for consumer to determine if he/she would buy or not.

The study based on the theory of service quality and buying behavior. Service quality is the degree of difference between the standard of customer service expectations with perceived performance quality itself. Buying behavior is the step where consumer would make the decision to buy or not.

This study used descriptive research method, the research approach using techniques of communication through questionnaires. Research carried out by the respondent as many as 100 people who has experienced shopped with the Lazada online shop. Study tested using classical assumption test and simple regression model.

From this research it's known that consumers agree that consumer in Lazada are commonly man, 21-35 years old, and have shopped 1-2 times. Besides, Lazada have given good service quality and would repurchase with Lazada online shop.

In conclusion the service quality that Lazada given was good, consumer agree would repurchase in Lazada, and the service quality significantly influence buying behavior.





KATA PENGANTAR

Terpujilah Sang Hyang Adi Buddha, Para Buddha dan Boddhisatva yang selalu memancarkan cinta kasih-Nya kepada semua makhluk, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat waktu.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Selain itu, skripsi ini merupakan salah satu media yang penulis gunakan untuk merealisasikan konsep-konsep teoritis yang diperoleh di bangku kuliah, terutama berkaitan dengan konsentrasi pemasaran yang dijalani oleh penulis selama masa perkuliahan di jurusan manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan yang berbahagia ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih disampaikan kepada:

1. Bapak Agus Salim, S.E., M.B.A., M.M., selaku dosen pembimbing yang penuh dedikasi dalam proses bimbingan. Atas segenap waktu, tenaga, dan pengetahuan yang beliau berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Seluruh jajaran manajemen, dosen, staf administrasi, staf perpustakaan, dan seluruh karyawan Kwik Kian Gie School of Business yang telah mendukung penulis secara langsung maupun tidak langsung sejak awal perkuliahan hingga selesainya studi penulis.
3. Orang tua yang telah menyemangati peneliti sampai selesainya skripsi ini.
4. Andrea, Clemen, Viriya, Calvin, William, Desi, Terin, Elisha, Suryani, Michelle, dan Wisnu yang senantiasa menemani peneliti dari awal perkuliahan sampai sekarang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta ini dilindungi undang-undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

- Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak kekurangan baik dalam hal bahasa, isi, maupun penyajiannya. Namun peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. *Sabbe Satta*
ntu Sukhitatta. Semoga semua makhluk hidup berbahagia.

Jakarta, Juni 2014

Peneliti



DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Abstrak	ii
Abstract	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	8
D. Batasan Penelitian.....	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II. LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Pemasaran Internet dan E-commerce.....	10
2. Layanan.....	16
a. Pengertian Layanan.....	16
b. Karakteristik Layanan	17
c. Kualitas Layanan	20
d. Dimensi dan Pengukuran Kualitas Layanan	21
3. Keputusan Pembelian.....	26

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Penutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Penutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBLKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBLKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.

a. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	26
b. Jenis-jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian	28
c. Proses Keputusan Pembelian	30
B Kerangka Pemikiran.....	34
C Hipotesis Penelitian	35
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	36
A Obyek Penelitian	36
B Metode Penelitian	36
C Variabel Penelitian.....	37
D Teknik Pengumpulan Data.....	39
E Teknik Pengambilan Sampel	40
F Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	49
A Gambaran Umum Perusahaan.....	49
B Analisis dan Pembahasan.....	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	54
3. Analisis Profil Responden.....	55
4. Analisis Variabel Kualitas Layanan Lazada	57
a. Keandalan	57
b. Daya Tanggap	62
c. Bukti Fisik.....	64
d. Ketersediaan Informasi	67
e. Kemudahan Dalam Penggunaan	69
f. Kerahasiaan dan Keamanan Situs.....	71
g. Grafis.....	73
h. Pemenuhan Sesuai Ekspektasi	75
5. Analisis Variabel Keputusan Pembelian Lazada	82



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

6. Uji Asumsi Klasik.....	85
a. Uji Normalitas.....	85
b. Uji Autokorelasi.....	86
c. Uji Heterokedastisitas	87
7. Uji Keberartian Model	87
8. Uji Signifikansi Koefisien.....	87
9. Uji Koefisien Determinasi	88
C Hasil Penelitian	88
D Pembahasan.....	89
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	90
A Kesimpulan	90
B Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	93



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan Variabel Barang dan Jasa	17
Tabel 3.1	Variabel Operasional	37
Tabel 4.1	Uji Validitas Kualitas Layanan.....	52
Tabel 4.2	Uji Validitas Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.3	Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	55
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.5	Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.6	Usia	56
Tabel 4.7	Pernah Berbelanja Menggunakan Lazada.....	57
Tabel 4.8	Barang yang Dipesan Sampai Tepat Waktu	58
Tabel 4.9	Situs Lazada Tidak Sering Bermasalah	59
Tabel 4.10	Pemesanan Barang Dapat Dilakukan Kapan Saja dan Diantar Ke Mana Saja ..	60
Tabel 4.11	Variasi Barang yang Tersedia Cukup Lengkap	61
Tabel 4.12	Lazada Memberikan Respons Cepat Ketika Membuat Pembelian.....	62
Tabel 4.13	Lazada Menanggapi Keluhan Konsumen Dengan Cepat	63
Tabel 4.14	Barang yang Anda Beli Berkondisi Baik.....	65
Tabel 4.15	Paket Dibungkus Dengan rapi dan Kuat.....	66
Tabel 4.16	Informasi Produk yang Tersedia Lengkap dan Akurat	67
Tabel 4.17	Review Produk Membantu Anda Dalam Menentukan Pilihan.....	68
Tabel 4.18	Layanan Lazada Mudah Digunakan (User-Friendly)	70

1. Hak cipta milik IBIKKG Universitas Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
a. Dilangr penugutit sebagai ataa seluruh ka tulaa meantuturka dan me-
a. Penugutitaa hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Penugutitaa tidak merugikaan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkaa dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.19. Anda Merasa Mudah Dalam Mencari Informasi Produk.....	71
Tabel 4.20. Anda Merasa Aman Melakukan Transaksi atau Pembayaran	72
Tabel 4.21. Urutan Layanan dan Susunan Variasi Produk Pada Situs Lazada 2apid an Teratur.....	73
Tabel 4.22. Situs Lazada Memiliki Desain yang Menarik dan Mudah Digunakan.....	74
Tabel 4.23. Layanan Pembayaran di Tempat Memudahkan Anda Dalam Melakukan Transaksi	76
Tabel 4.24. Fitur Pengembalian Barang Sudah Berjalan Secara Maksimal	77
Tabel 4.25. Layanan Pelanggan Melayani Anda Dengan Baik	78
Tabel 4.26.	79
Tabel 4.27. Hasil Skor Variabel Kualitas Layanan.....	81
Tabel 4.28. Kepuasan Berbelanja Dengan Lazada	83
Tabel 4.29. Pembelian Ulang Melalui Lazada.....	84
Tabel 4.30. Hasil Skor Variabel Keputusan Pembelian.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	1. Data Pengguna Internet di Dunia	2
Gambar 1.2	2. Data Kesiapan Dalam Mengaplikasikan E-commerce.....	3
Gambar 1.4	4 Tipe Perilaku Pembelian	28
Gambar 2.2	2. Pengambilan Keputusan Konsumen	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	93
A. Halaman Depan Situs Lazada	93
B. Contoh Halaman Spesifikasi Produk	93
C. Contoh Form Supplier.....	94
D. Order Tracking Dari Proses Pemesanan Sampai Barang Diterima	94
Lampiran 2	95
A. Pra Kuisioner	95
B. Data Hasil Pra Kuisioner	97
C. Kuisioner.....	99
D. Data Hasil Kuisioner.....	102
Lampiran 3.....	108
A. Uji Validitas	108
B. Uji Reliabilitas	109
C. Uji Asumsi Klasik.....	110
D. Uji F	111
E. Uji t	111
F. Uji R ²	111