

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP  
*E-CUSTOMER SATISFACTION* LAZADA INDONESIA  
DENGAN INSTRUMEN E-S-QUAL DAN E-RECS-QUAL**

**TUGAS AKHIR**



**RIFKI FITRI ARIF MARCHIANTO**

**1111001042**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2018**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Rifki Fitri Arif Marchianto**

**NIM : 1111001042**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 22 Agustus 2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Rifki Fitri Arif Marchianto

NIM : 1111001042

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Satisfaction* Lazada Indonesia dengan Instrumen E-S-QUAL dan E-RecS-QUAL

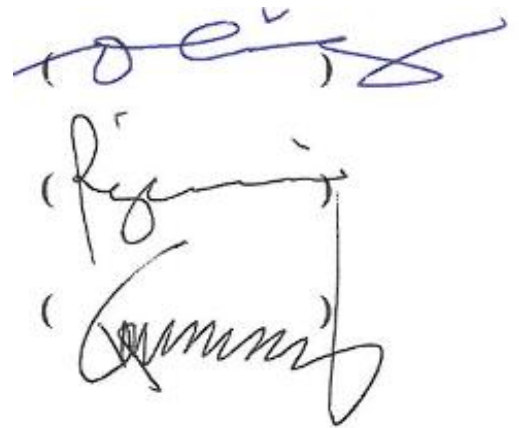
**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holila Hatta, S.Pd., M.M.

Penguji : Aurino Rilman A. Djamaris, Ir, MM.

Penguji : Ir. Gunardi Endro, Ph. D

The image shows three handwritten signatures in blue ink. The top signature is the most stylized and appears to be 'Holila Hatta'. Below it are two other signatures, one of which is more legible and appears to be 'Aurino Rilman A. Djamaris'. The bottom signature is also stylized and appears to be 'Ir. Gunardi Endro'.

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 22 Agustus 2018

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Customer Satisfaction* Lazada Indonesia dengan Instrumen E-S-QUAL dan E-RecS-QUAL”. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itulah, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang terus membantu penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini. Pihak-pihak tersebut adalah sebagai berikut.

1. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir saya yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta selalu memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat dengan sabar selama proses penyelesaian proposal tugas akhir ini.
2. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan dan masa penyusunan Tugas Akhir.
3. Seluruh staf dan karyawan Universitas Bakrie yang turut mendukung dan melancarkan kegiatan perkuliahan saya di Universitas Bakrie hingga penyusunan Tugas Akhir ini.
4. PT. Ecart Webportal Indonesia atau Lazada Indonesia yang telah memberi saya kesempatan untuk magang dan bekerja sehingga saya dapat menggali ilmu dan menambah pengetahuan serta pengalaman saya di bidang *e-commerce* yang tidak saya dapatkan selama masa perkuliahan dan menginspirasi penulisan Tugas Akhir ini.
5. Orang tua, adik-adik serta keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan motivasi, dorongan moril maupun materi, dan juga doa restunya kepada penulis.

6. Teman-teman mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2011 yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh pihak terkait yang telah banyak memberikan pengetahuan teknis dan non-teknis melalui diskusi, nasihat, saran, serta kritik yang membangun yang sangat berguna sebagai pengembangan diri penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyajian dan penyusunan proposal tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan proposal tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait di masa yang akan datang.

Jakarta, Agustus 2018



(Rifki Fitri Arif Marchianto)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifki Fitri Arif Marchianto  
NIM : 1111001042  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Skripsi)

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“Analisis Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Satisfaction* Lazada Indonesia dengan Instrumen E-S-QUAL dan E-RecS-QUAL”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Agustus 2018

Yang menyatakan,



(Rifki Fitri Arif Marchianto)

# ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-CUSTOMER SATISFACTION LAZADA INDONESIA DENGAN INSTRUMEN E-S-QUAL DAN E-RECS-QUAL

Rifki Fitri Arif Marchianto

---

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh *e-service quality* atau kualitas jasa elektronik yang diukur dengan instrumen E-S-QUAL dan E-RecS-QUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Malhotra terhadap *e-customer satisfaction* atau kepuasan konsumen elektronik. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini didasarkan pada dimensi-dimensi instrumen E-S-QUAL yaitu *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy*, serta dimensi-dimensi dari instrumen E-RecS-QUAL yaitu *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*. Objek penelitian ini adalah PT. Ecart Webportal Indonesia atau yang juga dikenal sebagai Lazada Indonesia, dengan konsumen yang telah melakukan transaksi setidaknya sekali dalam lima bulan terakhir sebagai responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuisisioner berskala *rating* yang menggolongkan responden berdasarkan *platform* belanja yang digunakan. Dengan total 385 kuisisioner yang terkumpul, dilakukan uji signifikansi parsial untuk mengetahui signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu *e-customer satisfaction*. Berdasarkan analisis yang dilakukan, diketahui bahwa variabel bebas yang secara statistik signifikan berpengaruh terhadap variabel terikat antara lain adalah *fulfillment* atau pemenuhan jasa, *responsiveness* atau daya tanggap, serta *compensation*, dan *contact*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tiga dari empat variabel dengan pengaruh signifikan adalah variabel-variabel dari instrumen E-RecS-QUAL yang menunjukkan pentingnya pelayanan pasca transaksi bagi konsumen Lazada Indonesia.

Kata kunci : *e-commerce*, *e-service quality*, *e-customer satisfaction*, E-S-QUAL, E-RecS-QUAL

**THE IMPACTS OF E-SERVICE QUALITY ON E-CUSTOMER  
SATISFACTION IN LAZADA INDONESIA WITH E-S-QUAL AND E-RECS-  
QUAL INSTRUMENTS**

Rifki Fitri Arif Marchianto

---

**ABSTRACT**

*This study aimed to determine the significance of impact of e-service quality that can be measured with E-S-QUAL and E-RecS-QUAL instruments developed by Parasuraman, Zeithaml, and Malhotra with e-customer satisfaction. The independent variables used in this study are based on E-S-QUAL dimensions efficiency, fulfillment, system availability, and privacy, as well as E-RecS-QUAL dimensions responsiveness, compensation, and contact. The object of this study was PT. Ecart Webportal Indonesia or also known as Lazada Indonesia, with its customers who made purchase at least once in the last five months as study respondents. Data was collected with rating scaled questionnaire which also grouped respondents based on their shopping platform. With a total of 385 questionnaires collected, a partial significance test was conducted to find out the significance of each variables. Based on the analysis, the independent variables that had significant impact on e-customer satisfaction as the dependent variable are fulfillment, responsiveness, compensation and contact. This also showed how important post transaction services were for Lazada Indonesia's customers.*

*Keywords : e-commerce, e-service quality, e-customer satisfaction, E-S-QUAL, E-RecS-QUAL*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Masalah.....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Jasa .....	8
2.1.1 Pengertian Jasa .....	8
2.1.2 Karakteristik Jasa .....	9
2.1.3 Kategori Jasa .....	11
2.2 Kualitas .....	12
2.2.1 Pengertian Kualitas .....	12
2.3 Kualitas Jasa.....	13
2.3.1 Pengertian Kualitas Jasa.....	13
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Jasa .....	13
2.4 Kepuasan konsumen.....	15
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	15
2.4.2 Dimensi Kepuasan Konsumen .....	15
2.4.3 <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	17
2.5 <i>E-Commerce</i> .....	17
2.5.1 Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	17
2.5.2 Proses <i>E-Commerce</i> .....	18
2.5.3 Karakteristik <i>E-Commerce</i> .....	19
2.5.4 Model Bisnis <i>E-Commerce</i> .....	19
2.6 <i>E-Service Quality</i> .....	20
2.6.1 Latar Belakang <i>E-Service Quality</i> .....	20
2.7 E-S-QUAL .....	21
2.7.1 Latar Belakang dan Perkembangan E-S-QUAL .....	21
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	24
2.9 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Desain Penelitian.....	35

3.2	Objek Penelitian .....	35
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	36
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.5	Populasi dan Sampel .....	46
3.6	Uji Instrumen Penelitian .....	48
3.6.1	Uji Validitas .....	48
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	48
3.7	Uji Asumsi Klasik .....	49
3.7.1	Uji Normalitas .....	49
3.7.2	Uji Multikolinearitas .....	49
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas .....	49
3.8	Uji Hipotesis .....	50
3.8.1	Analisis Regresi Berganda .....	50
3.8.2	Uji T .....	51
3.8.3	Uji F .....	51
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>52</b>
4.1	Profil Responden .....	52
4.2	Uji Instrumen Penelitian .....	53
4.2.1	Uji Validitas .....	53
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	53
4.3	Analisis Data .....	53
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel .....	53
4.3.1.1	Deskripsi Variabel <i>Efficiency</i> (X1) .....	54
4.3.1.2	Deskripsi Variabel <i>Fulfillment</i> (X2) .....	54
4.3.1.3	Deskripsi Variabel <i>System Availability</i> (X3) .....	55
4.3.1.4	Deskripsi Variabel <i>Privacy</i> (X4) .....	56
4.3.1.5	Deskripsi Variabel <i>Responsiveness</i> (X5) .....	56
4.3.1.6	Deskripsi Variabel <i>Compensation</i> (X6) .....	56
4.3.1.7	Deskripsi Variabel <i>Contact</i> (X7) .....	56
4.3.1.8	Deskripsi Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i> (Y) .....	57
4.3.2	Uji Asumsi Klasik .....	57
4.3.2.1	Uji Normalitas .....	57
4.3.2.2	Uji Multikolinearitas .....	57
4.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	58
4.3.3	Pengujian Hipotesis .....	58
4.3.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	58
4.3.3.1	Uji T .....	59
4.3.3.1	Uji F .....	60
4.4	Pembahasan .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>64</b>
5.1	Kesimpulan .....	64
5.2	Saran .....	64
5.2.1	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	64
5.2.2	Saran Untuk Perusahaan .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>67</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan penelitian Li dan Suomi .....	28
Tabel 2.2 Tinjauan penelitian Santouridis, Trivellas & Tsimonis .....	29
Tabel 2.3 Tinjauan penelitian Zavareh et. al.....	30
Tabel 2.4 Tinjauan penelitian Hasanov dan Khalid .....	31
Tabel 2.5 Tinjauan penelitian Dinata dan Fauzi .....	32
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel <i>Efficiency</i> Situs .....	37
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel <i>Efficiency</i> Aplikasi .....	38
Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel <i>Fulfillment</i> .....	39
Tabel 3.4 Tabel Operasional Variabel <i>System Availability</i> Situs.....	40
Tabel 3.5 Tabel Operasional Variabel <i>System Availability</i> Aplikasi .....	41
Tabel 3.6 Tabel Operasional Variabel <i>Privacy</i> .....	42
Tabel 3.7 Tabel Operasional Variabel <i>Responsiveness</i> .....	42
Tabel 3.8 Tabel Operasional Variabel <i>Compensation</i> .....	43
Tabel 3.9 Tabel Operasional Variabel <i>Contact</i> .....	43
Tabel 3.10 Tabel Operasional Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	45

## DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Bagan 4.1 Responden penelitian berdasarkan <i>platform</i> belanja .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian .....	71
Lampiran 2	Analisis Deskriptif (Histogram) .....	78
Lampiran 3	Analisis Reliabilitas .....	95
Lampiran 4	Analisis Validitas .....	99
Lampiran 5	Analisis Regresi Linear Berganda .....	100
Lampiran 6	Analisis Regresi Linear Berganda dengan 4 Variabel.....	102
Lampiran 7	Uji Heteroskedastisitas Park.....	102
Lampiran 8	Perbandingan Ketersediaan Akses Internet Dunia .....	103
Lampiran 9	Perbandingan Biaya dan Kualitas Internet Dunia.....	104
Lampiran 10	Kantor Cabang Lazada Indonesia di Asia Tenggara .....	105
Lampiran 11	Top Brand Awards Kategori Online Shop Barang Elektronik ..	105
Lampiran 12	Top Brand Awards kategori Situs Jual Beli Onlin .....	105
Lampiran 13	Top Brand Awards kategori Online Shop Fashion.....	106
Lampiran 14	Beberapa Komplain Konsumen Lazada Indonesia.....	106