

ANALISIS KUALITAS LAYANAN LAZADA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE E-SERVQUAL

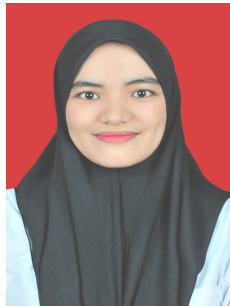
TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer pada
Program Studi Sistem Informasi

Oleh:

MELISA SASKIA

11553202780



FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN LAZADA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE
E-SERVQUAL**

TUGAS AKHIR

Oleh:

MELISA SASKIA

11553202780

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 21 Januari 2022

Ketua Program Studi

Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.

NIP. 198307162011011008

Pembimbing

22 Jan 2022

Megawati, S.Kom., MT.

NIK. 130508038

- 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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN LAZADA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE
E-SERVQUAL**

TUGAS AKHIR

Oleh:

MELISA SASKIA

11553202780

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 16 Desember 2021

Pekanbaru, 16 Desember 2021
Mengesahkan,

Ketua Program Studi

Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.
NIP. 198307162011011008

Dekan



Dr. Hartono, M.Pd.
NIP. 196403011992031003

DEWAN PENGUJI:

Ketua : Siti Monalisa, ST., M.Kom.

Sekretaris : Megawati, S.Kom., MT.

Anggota 1 : Syaifullah, SE., M.Sc.

Anggota 2 : Febi Nur Salisah, S.Kom., M.Kom.

Siti Monalisa
22 Jan 2022

Megawati

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 atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikuti kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada *form* peminjaman.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : MELISA SASKIA
 NIM : 11553202780
 Tempat/Tgl. Lahir : BATU BELAH / 31 JULI 1997
 Fakultas/~~Pascasarjana~~ : SAINS DAN TEKNOLOGI
 Prodi : SISTEM INFORMASI
 Judul ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ :
 " ANALISIS KUALITAS LAYANAN LAZADA TERHADAP KEPUASAN
 PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE E-SERVQUAL "

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)*~~ saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

26 Januari 2022
 Pekanbaru,
 Yang membuat pernyataan



NIM : 11553202780

* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmannirrahiim

Alhamdulillah rabbi'l'alaamiin, puji syukur Penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya. Dan tak lupa shalawat beserta salam untuk Nabi besar Muhammad SAW karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini. Sebagai ucapan terima kasih penulis akan mempersembahkan Tugas Akhir ini kepada orang-orang yang disayangi dan cintai.

Ayahanda dan Ibunda

Tugas Akhir ini penulis persembahkan sebagai hadiah kecil dari penulis kepada Ayahanda Masdiar dan Ibunda Khaiyar tercinta sebagai tanda hormat, kasih sayang dan rasa terima kasih yang tak terhingga dari penulis kepada kedua orangtua penulis. Ibu.. Ayah.. Terima kasih. Maaf membuat kalian menunggu terlalu lama untuk sebuah hadiah kecil ini, aku sayang Ayah dan Ibu selamanya dunia dan akhirat. Terimakasih atas do'a, nasehat, dan motivasi, serta kasih sayang yang tidak henti-hentinya dari kalian orangtua terhebat.

Saudara Kandungku

Karya kecil ini penulis persembahkan untuk saudara kandung penulis Onil Andika, ST. dan Restu Ilham Habibi sebagai ucapan terima kasih dari penulis untuk semua dukungan dan juga motivasi yang telah diberikan agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga doa dan semua hal terbaik yang kalian berikan bisa menjadikan penulis orang yang baik dan berguna dimasa depan.

Sahabat Terdekatku

Kepada sahabat, penulis mengucapkan terima kasih untuk segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih ini penulis ucapkan kepada Aldhila Dwi Chaesya, Dewi Fitri, Farida Habibah, dan Indri Yanni yang sangat membantu dan memotivasi penulis dalam penyelesaian Tugas Akhir ini. Terima kasih banyak dan semoga segala urusan kita akan dilancarkan dan semoga kita bisa sukses bersama. ***Aamiin.***

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Lazada Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual”. Shalawat beserta salam tidak lupa penulis kirimkan untuk Nabi Muhammad SAW dengan mengucapkan *Allahumma-solli 'alaa muhammad, wa'alaali muhammad*.

Dalam mengerjakan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun konsep penyusunannya. Oleh karena itu, Penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan laporan Tugas Akhir ini.

Terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orangtua penulis yaitu Masdiar (Ayah) dan Dra. Khaiyar (Ibu) yang telah mencurahkan semua kasih sayang, do'a, dan memberikan dukungan, serta motivasi kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga Ayah dan Ibu selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan oleh Allah SWT. Tidak lupa pula pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian hingga akhirnya terselesaikan laporan Tugas Akhir ini. Terima kasih tersebut Penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Bapak Eki Saputra, S.Kom., M.Kom sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi.
4. Bapak Mustakim, ST., M.Kom selaku Penasehat Akademik saya yang selalu memberikan nasehat dan bimbingan dalam perkuliahan.
5. Ibu Megawati, S.Kom., MT sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir saya yang selalu memberikan motivasi, saran dan masukan.
6. Ibu Siti Monalisa, ST., M.Kom selaku ketua sidang dalam Sidang Tugas Akhir saya.
7. Bapak Syaifullah, SE., M.Sc selaku Penguji Tugas Akhir yang memberikan masukan dan saran kepada saya.
8. Ibu Febi Nur Salisah, S.Kom., M.Kom selaku Penguji Tugas Akhir yang memberikan masukan dan saran kepada saya.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Bapak Tengku Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom selaku Kepala Laboratorium Sistem Informasi yang membantu dalam menyempurnakan penulisan Tugas Akhir.
 10. Untuk Ayahanda dan Ibunda tercinta, Bapak Masdiar dan Ibu Dra. Khaiyar yang selalu mendo'akan dan memberikan nasehat serta memberikan semangat setiap hari, dan terima kasih untuk kedua saudara laki-laki saya, Onil Andika, ST dan Restu Ilham Habibi yang memberikan motivasi dan semangat yang luar biasa kepada saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
 11. Terima kasih juga untuk seluruh Dosen Program Studi Sistem Informasi yang sangat berjasa untuk penulis yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu.
 12. Sahabat saya Aldhila Dwi Chaesya, Dewi Fitri, Farida Habibah dan Indri Yanni yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
 13. Sahabat Saya Enno Eria Putri, Fitria Sahidatulhasana, Fitri Handayani, Pratiwi Aprilia, dan Rizka Ayunda Putri yang selalu memberikan motivasi kepada saya.
 14. Teman Kelas Sistem Informasi C'15 yang memberikan dukungan dan motivasi.
 15. Seluruh teman Sistem Informasi angkatan 2015 dan teman satu Program Studi.
 16. Serta semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut membantu dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
- Penulis sadar dalam penulisan laporan ini masih ada kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik serta saran untuk menyempurnakan laporan ini sehingga lebih baik dan bermanfaat bagi yang membutuhkannya.

Pekanbaru, 21 Januari 2022

Penulis,

MELISA SASKIA
NIM. 11553202780



ANALISIS KUALITAS LAYANAN LAZADA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE E-SERVQUAL

MELISA SASKIA

NIM: 11553202780

Tanggal Sidang: 16 Desember 2021

Periode Wisuda:

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. Soebrantas, No. 155, Pekanbaru

ABSTRAK

Lazada merupakan salah satu *E-commerce* besar yang ada di Indonesia. Sebagai *E-commerce* yang besar, kepuasan pelanggan Lazada dan kualitas layanan yang baik merupakan faktor yang penting dalam pengukuran keberhasilan pada perusahaan. Lazada memiliki berbagai masalah dan keluhan dari pelanggan terhadap kualitas layanannya, seperti pengiriman barang tidak sesuai dengan estimasi yang dijanjikan di *E-commerce*, sistem *refund* yang lambat, pembatalan sepihak dari Lazada, pihak Lazada yang kurang tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan, dan *E-commerce* yang terkadang *down* saat digunakan sehingga tidak ada gambar dan halaman gagal untuk ditampilkan. Tujuan penelitian ini untuk mengukur kualitas layanan Lazada menggunakan metode E-Servqual berdasarkan 7 dimensi yaitu, *Efficiency, Reability, Fulfillment, Responsive, Privacy, Compensation, dan Contact*, dengan membandingkan antara persepsi dan ekspektasi pelanggan serta mengetahui atribut mana yang mendapat prioritas utama dalam perbaikan. Berdasarkan perhitungan pengolahan data diperoleh hasil bahwa tingkat kualitas layanan *E-commerce* Lazada berada pada level sudah memuaskan dengan nilai TESQ sebesar 0,003, namun memiliki nilai gap yang negatif di beberapa dimensi E-Servqual dan nilai CSI sebesar 0,83 (83%) dan berada pada kriteria 0,81-1,00 yang berarti pelanggan merasa sangat puas dengan layanan *E-commerce* Lazada.

Kata Kunci: CSI, *E-commerce*, *E-Servqual*, Kualitas Layanan, TESQ

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU

LAZADA SERVICE QUALITY ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION USING E-SERVQUAL METHOD

MELISA SASKIA
NIM: 11553202780

Date of Final Exam: December 16th 2021
Graduation Period:

Department of Information System
Faculty of Science and Technology
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Soebrantas Street, No. 155, Pekanbaru

ABSTRACT

E-commerce is considered a form of information technology development that is increasingly rapidly in meeting customer needs. Lazada is one of the biggest e-commerce in existence in Indonesia. As a big E-commerce Lazada customer satisfaction and service quality Good performance is an important factor in measuring the success of the company. Lazada has various problems and complaints from customers regarding the quality of its services, such as the delivery of goods not in accordance with the estimates promised in E-commerce, the system slow refunds, unilateral cancellations from Lazada, Lazada parties who are less responsive in responding to customer complaints, and E-commerce which sometimes goes down when used so that there are no images and the page fails to display. The purpose of this study is to measure Lazada's service quality uses the E-Servqual method based on 7 dimensions, namely, Efficiency, Reability, Fulfillment, Responsive, Privacy, Compensation, and Contact, by comparing between customer perceptions and expectations and knowing which attributes get priority major in repair. Based on the calculation of data processing, the results obtained that the level of Lazada's E-commerce service quality is at a satisfactory level with a TESQ value of 0.003, but has a negative gap value in several dimensions of E-Servqual and CSI. values of 0.83 (83%) and is on the criteria of 0.81-1.00 which means the customer is very satisfied with Lazada E-commerce services.

Keywords: CSI, E-Commerce, E-Servqual, Service Quality, TESQ

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR ISI

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii
1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan	5
1.5 Manfaat	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
2 LANDASAN TEORI	8
2.1 Pengertian Analisis	8
2.2 Konsep Kualitas Layanan	9
2.3 Kepuasan Pelanggan/Pengguna	10
2.3.1 Mengukur Kepuasan Pelanggan	11
2.3.2 Kualitas Layanan <i>Online</i>	12
2.4 Pengertian Persepsi	12



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5	Pengertian Ekspektasi	13
2.6	<i>E-commerce</i>	14
2.7	<i>Electronic Services Quality (E-Servqual)</i>	14
2.8	Perhitungan E-Servqual	16
2.9	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Indeks (CSI)</i>	18
2.10	Prioritas Perbaikan Layanan	20
2.11	Populasi dan Sampel	21
2.12	Uji Validitas dan Reliabilitas	22
	2.12.1 Uji Validitas	22
	2.12.2 Uji Reliabilitas	22
2.13	Aplikasi SPSS	22
2.14	Penelitian Terdahulu	23
3	METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1	Tahap Perencanaan	25
	3.1.1 Menentukan Masalah	26
	3.1.2 Menentukan Tujuan	26
	3.1.3 Menentukan Metode Penelitian	26
	3.1.4 Menentukan Data yang Dibutuhkan	26
3.2	Tahap Pengumpulan Data	27
	3.2.1 Menentukan Populasi dan Sampel	27
	3.2.2 Melakukan Wawancara dan Penyebaran Kuesioner	28
	3.2.2.1 Wawancara	28
	3.2.2.2 Penyebaran Kuesioner	28
	3.2.3 Studi Pustaka	29
3.3	Tahap Pengolahan Data	29
	3.3.1 Uji Validitas dan Reabilitas	29
	3.3.2 Perhitungan E-Servqual	30
	3.3.3 Perhitungan Nilai <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	30
3.4	Tahap Analisa dan Hasil	30
	3.4.1 Analisis Nilai <i>Total Electronic Service Quality (TESQ)</i>	30
	3.4.2 Analisis <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	31
	3.4.3 Analisis Prioritas Perbaikan Layanan	32
	3.4.4 Rekomendasi	32
3.5	Tahap Dokumentasi	32



4	ANALISIS DAN HASIL	33
4.1	Analisis <i>E-Commerce</i> Lazada	33
4.2	Identifikasi Masalah	35
4.3	Identifikasi Indikator E-Servqual	35
4.4	Identifikasi Karakteristik Responden	37
4.4.1	Populasi dan Sampel	37
4.4.2	Gambaran Umum Responden	38
4.5	Pengolahan Data dan Analisis	38
4.5.1	Uji Validitas	39
4.5.2	Uji Reabilitas	41
4.5.3	Perhitungan Nilai E-Servqual	44
4.5.4	Perhitungan Nilai <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	48
4.6	Deskripsi Pengolahan Kuesioner	52
4.6.1	Variabel <i>Efficiency</i>	52
4.6.2	Variabel <i>Fullfilment</i>	53
4.6.3	Variabel <i>Reability</i>	53
4.6.4	Variabel <i>Responsive</i>	54
4.6.5	Variabel <i>Privacy</i>	54
4.6.6	Variabel <i>Compansation</i>	55
4.6.7	Variabel <i>Contact</i>	55
4.7	Hasil Analisis Deskriptif Pengolahan Kuesioner	56
4.8	Analisis Masalah	56
4.8.1	Nilai E-Servqual PerItem Pernyataan	56
4.8.2	Nilai E-Servqual Per Dimensi	61
4.8.3	Analisis Nilai TESQ	63
4.8.4	Analisis Nilai CSI	63
4.8.5	Analisis Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan	63
4.9	Rekomendasi	67
4.9.1	Rekomendasi Dimensi E-Servqual	67
4.9.2	Rekomendasi E-Servqual Per Item Pernyataan	67
5	PENUTUP	72
5.1	Kesimpulan	72
5.2	Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN A HASIL WAWANCARA

A - 1

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 atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B DOKUMENTASI	B - 5
LAMPIRAN C IDENTIFIKASI MASALAH	C - 6
LAMPIRAN D DATA KUESIONER PENELITIAN	D - 7

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	
1.1	10 E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak 2018 2
1.2	10 E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak 2019 2
2.1	Diagram Kartesius Perbaikan Layanan 20
3.1	Metodologi Penelitian 25
4.1	Proses Bisnis Lazada 33
4.2	Nilai E-Servqual dan Gap (kesenjangan) per variabel pernyataan . . 57
4.3	Gap (kesenjangan) per Pernyataan E-Servqual 58
4.4	Diagram E-Servqual PerDimensi 61
4.5	Gap (kesenjangan) Per Dimensi E-Servqual 62
4.6	Diagram Kartesius Prioritas Perbaikan Layanan Lazada 64
B.1	Bukti Data Pelanggan Lazada B - 5
B.2	Dokumentasi Pengisian Kuesioner oleh Pelanggan Lazada B - 5
D.1	Data Kuesioner Persepsi D - 7
D.2	Data Kuesioner Ekspektasi D - 8

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	
1.1	<i>Top Brand Indeks (TBI) Situs Jual Beli Online 2019</i> 3
1.2	Tabel Keluhan Pelanggan 3
2.1	Tabel Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Indeks (CSI/IKP)</i> 19
3.1	Tabel Nilai Skala Likert 29
3.2	Tabel Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Indeks (CSI)</i> 31
4.1	Identifikasi Masalah 35
4.2	Indikator Kuesioner Penelitian 36
4.3	Hasil Uji Validitas Persepsi 39
4.4	Hasil Uji Validitas Ekspektasi 40
4.5	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi 41
4.6	Hasil Uji Reliabilitas Ekspektasi 42
4.7	Nilai Rata-Rata Persepsi dan Ekspektasi 44
4.8	Nilai Rata-Rata PerDimensi E-Servqual 46
4.9	Nilai Gap E-Servqual Per Pertanyaan (Variabel Pertanyaan) 46
4.10	Nilai Gap Per Dimensi 47
4.11	Nilai MIS 49
4.12	Nilai <i>Weight Factors (WF)</i> 49
4.13	Nilai <i>Weight Score (WS)</i> 50
4.14	Nilai E-Servqual Per Item Pernyataan 58
4.15	Nilai Gap E-Servqual Per Dimensi 62
4.16	Atribut Pernyataan Kuadran A 64
4.17	Atribut Pernyataan Kuadran B 65
4.18	Atribut Pernyataan Kuadran C 66
4.19	Atribut Pernyataan Kuadran D 66
4.20	Rekomendasi Dimensi E-Servqual 67
4.21	Rekomendasi 68
C.1	Identifikasi Masalah C - 6

DAFTAR SINGKATAN

CSI	:	<i>Customer Satisfaction Index</i>
E-Servqual	:	<i>Electronic Service Quality</i>
Servqual	:	<i>Service Quality</i>
BPKN	:	Badan Perlindungan konsumen Nasional
TBI	:	<i>Top Brand Index</i>
KBBI	:	<i>Kamus Besar Bahasa Indonesia</i>
OTP	:	<i>One Time Password</i>
TESQ	:	<i>Total Electrronic Service Quality</i>
MIS	:	<i>Mean Important Score</i>
WF	:	<i>Weight factors</i>
WS	:	<i>Weight Score</i>
LSR	:	<i>Likert Summated Rating</i>
STS	:	Sangat Tidak Setuju
TS	:	Tidak Setuju
S	:	Setuju
SS	:	Sangat Setuju
CS	:	<i>Customer Service</i>

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi Informasi (TI) yang berkembang pesat saat ini tidak lagi mengenal jarak, batas, waktu dan ruang serta telah menjadi bagian yang penting dan tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Seiring dengan perkembangan waktu, gaya hidup yang dimiliki masyarakat semakin serba instan dikarenakan kebanyakan orang memiliki mobilitas yang tinggi pada saat melakukan kegiatan sehari-harinya, yang mengakibatkan kebanyakan orang lebih mencari sesuatu yang praktis dan mudah untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu alat untuk memenuhi kebutuhan yang instan tersebut adalah dengan pemanfaatan teknologi internet yaitu dengan melakukan kegiatan membeli dan menjual barang atau jasa secara *online* yang disebut dengan *E-commerce*.

Menurut Mcleod dan George Schell tahun 2008 Perdagangan elektronik atau *E-commerce* adalah pemanfaatan jaringan komputer dan komunikasi dalam melakukan proses bisnis dengan cara memanfaatkan penggunaan internet dan komputer dengan browser web untuk melakukan kegiatan transaksi jual beli produk atau jasa antara pelanggan dengan pihak penjual dan perusahaan sebagai pihak ketiga penyedia layanan (Amalia, 2019).

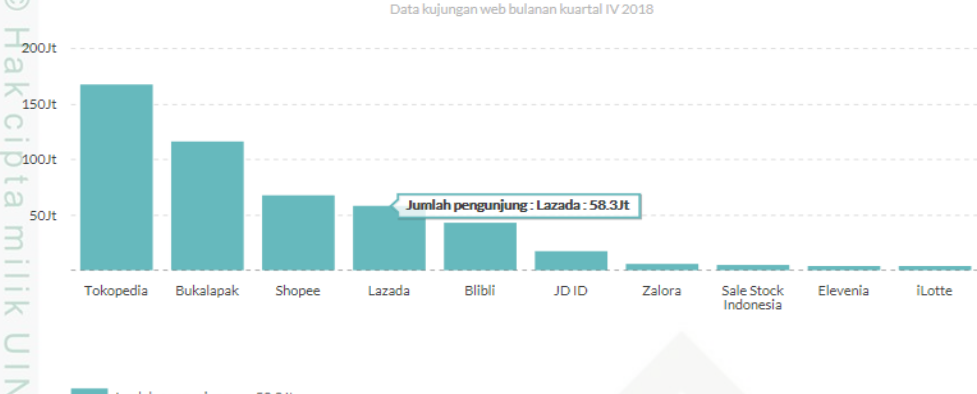
Di Indonesia terdapat banyak *E-commerce* yang menyediakan tempat belanja online seperti Lazada, Shopee, Blibli.com, Buka Lapak, JDId, dan lainnya. *E-commerce* tersebut saling bersaing untuk memberikan layanan yang berkualitas terhadap penggunanya agar pengguna merasa puas dengan aplikasi yang disediakan dan memberikan keuntungan yang besar terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor dari pengukuran keberhasilan suatu layanan ataupun pelayanan bagi setiap perusahaan. Penentuan kualitas layanan ditentukan oleh pengguna/pelanggan yang menggunakan layanan tersebut. Kualitas layanan didapatkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi dari pelanggan *E-commerce* tersebut.

Menurut grafik data dari Iprice tahun 2018 dan 2019 dari 10 *E-commerce* yang sering dikunjungi Lazada menduduki posisi ke4 sebagai *E-commerce* yang sering dikunjungi. Pada Gambar 1.1 lazada berada diposisi ke-4 dengan jumlah pengunjung 58.4 juta pengunjung bulanan pada tahun 2018.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

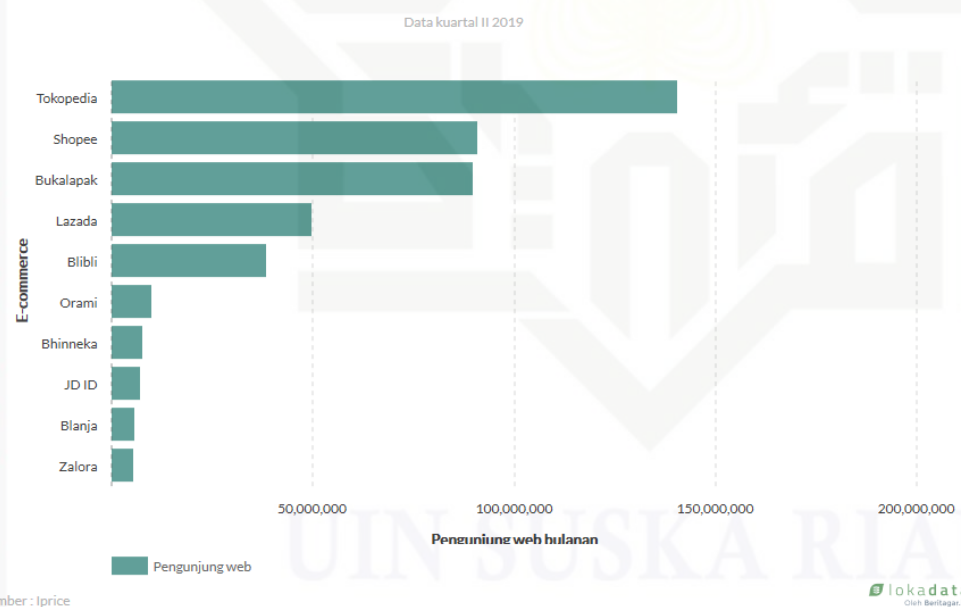
10 e-commerce dengan jumlah pengunjung paling banyak, 2018



Gambar 1.1. 10 E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak 2018

Pada Gambar 1.2, Lazada berada diposisi ke-4 dengan jumlah pengunjung sebanyak 49.620.200 pengunjung bulanan tahun 2019, dari grafik diatas dapat dilihat telah terjadi penurunan pengunjung dari tahun 2018 - 2019 sebanyak 9 juta pengunjung. penurunan jumlah pengunjung ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor antara lain keluhan pelanggan terhadap layanan yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan.

10 e-commerce dengan pengunjung terbanyak, 2019



Gambar 1.2. 10 E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak 2019

**Tabel 1.1.** *Top Brand Indeks (TBI) Situs Jual Beli Online 2019*

Brand	Top Brand Index 2019
Lazada	31.6%
Shopee	15.6%
Tokopedia	13.4%
Bukalapak	12.7%
Blibli	6.6%

Berdasarkan Tabel 1.1 survei *Popularity Brand Index Indonesia* menunjukkan bahwa Lazada berada diperingkat pertama *top brand* dengan presentase nilai 31.6%. Namun, hasil survei TBI tersebut berbanding terbalik dengan data dari Lokadata.Id yang menempatkan Lazada pada posisi ke-4 dalam *E-commerce* dengan pengunjung terbanyak 2019.

Pada saat ini aplikasi lazada yang ada di *PlayStore/ AppStore* telah diunduh lebih dari 100 juta kali oleh pengguna dengan rata-rata rating 4.6 bintang, dan mendapatkan komentar sebanyak 4 juta lebih dikolam komentar. Dengan banyaknya pengguna Lazada, tentunya Lazada memiliki beragam komentar dan masalah dari pelanggan, salah satu contoh masalah atau komentar yang datang dari pengguna adalah mengenai barang yang datangnya terlambat, adanya penipuan dari pihak penjual, sistem *refund* yang lambat, dan barang yang dikirim tidak sesuai dengan barang yang dipesan. Serta *loading* aplikasi dan web Lazada yang memakan waktu lama dan sistem layanan yang *error* saat memuat data.

Berdasarkan data dari *Trusted Company* yang telah dirangkum dalam Norhermaya tahun 2016 dalam (Deo, Sanjaya, dan Gandajaya, 2017) menunjukkan beberapa keluhan dari pelanggan yang dapat dilihat pada Tabel 1.2 yaitu tabel keluhan pelanggan Lazada:

Tabel 1.2. Tabel Keluhan Pelanggan (Norhermaya dan Soesanto, 2016)

No.	Keluhan Pelanggan
1	Barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan
2	Terjadinya pembatalan secara sepihak oleh pihak Lazada
3	Sistem Refund yang sangat lambat
4	Kurang tanggap

Menurut data Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) tahun 2020 terdapat total 1276 pengaduan yang dilakukan oleh pelanggan dan dari total tersebut terdapat 295 pengaduan merupakan pengaduan atas keluhan dari pelanggan *E-*



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

commerce, dan Lazada merupakan salah satu dari *E-commerce* yang mendapatkan pengaduan tersebut. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dapat diakses dengan domain <https://www.bpkn.go.id/>. Pengaduan yang disampaikan oleh pelanggan pada BNPK adalah terkait masalah kebocoran dan kerahasiaan data pribadi, proses *refund* dana dan barang pelanggan yang lambat, adanya pembajakan akun, pembelian barang yang mengalami masalah, *voucher* yang tidak bisa digunakan oleh pelanggan saat ingin menggunakannya di Lazada, hingga garansi barang yang tidak dipenuhi oleh pihak penjual.

Munculnya berbagai keluhan dan masalah tersebut membuktikan bahwa adanya ketidaksesuaian antara layanan dengan harapan pengguna, yang mana faktor penentu eksistensi perusahaan di dalam bisnis untuk bersaing adalah kualitas layanan berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan. Jika kualitas layanan tidak diperhatikan, maka akan berakibat pelanggan berpindah kepada *E-Commerce* yang lain yang lebih memberikan layanan yang baik dan sesuai dengan harapan pengguna serta memiliki respon keluhan yang lebih cepat terhadap pelanggan dalam menangani masalah pelanggan.

Berdasarkan permasalahan penelitian ini, peneliti akan menganalisa kualitas layanan pada *E-commerce* Lazada terhadap kepuasan pelanggan. Pengukuran tingkat kepuasan pengguna terhadap *E-commerce* Lazada akan diukur dengan menggunakan metode *electronic service quality* (E-Servqual). Metode E-Servqual adalah alat ukur yang menghubungkan antara pandangan (persepsi) dari pelanggan dan penyedia jasa dalam menentukan kualitas pelayanan elektronik, serta memberikan landasan yang baik dalam memahami, mengukur dan memperbaiki kualitas layanan yang diukur. Metode ini juga digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dari pengguna dengan membandingkan antara persepsi dan ekspektasi pengguna dari sebuah layanan sistem informasi yang berbasis elektronik. Metode E-Servqual mengukur kualitas layanan berdasarkan atribut dari masing-masing dimensi, sehingga nantinya diperoleh *gap* (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi dan ekspektasi terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan yang diinginkan oleh pengguna terhadap layanan elektronik (Astuti dan Salisah, 2016).

Penelitian sebelumnya telah diteliti oleh Pondaag G.E.Deo, dkk tahun 2017 dengan judul “Analisis Kualitas Lazada dengan Menggunakan Metode E-Servqual dan IPA”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ditawarkan Lazada berdasarkan ekspektasi dan persepsi dari pengguna. Penelitian lainnya terkait *E-commerce* dengan menggunakan metode E-Servqual juga dilakukan oleh Dewi Astuti dan Febi Nur Salisah tahun 2016 yang berjudul “Analisis



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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kualitas layanan *E-Commerce* terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode E-Servqual (Studi Kasus: Lejel Home Shopping Pekanbaru)” dengan tujuan mengetahui kualitas layanan *E-commerce* lejel home shopping dan mengetahui atribut apa saja yang mendapat prioritas utama dalam perbaikan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, diperlukan sebuah analisis untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan Lazada yang ditawarkan berdasarkan persepsi dan ekspektasi dari pelanggan. Maka penulis akan mengangkat penelitian Tugas Akhir ini dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Lazada Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada Penelitian ini berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan adalah ”Bagaimana Menganalisa Kualitas Layanan Lazada Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *E-Service Quality* (E-Servqual)”.

1.3 Batasan Masalah

Berikut merupakan batasan masalah dari penelitian yang terdapat pada Tugas Akhir ini:

1. Pada penelitian ini peneliti menganalisis kualitas layanan Lazada terhadap kepuasan pengguna *E-commerce* Lazada
2. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode E-Servqual dalam menganalisa kualitas layanan untuk mengetahui kepuasan pelanggan belanja online Lazada. Metode E-Servqual yang digunakan terdiri dari 7 dimensi sebagai berikut: *Efficiency* (efisiensi), *Reliability* (kehandalan), *Fulfillment* (akurasi janji), *Responsiveness* (daya tanggap), *Privacy* (privasi), *Compensation* (kompensasi) dan *Contact* (kontak).
3. Responden penelitian dalam Tugas Akhir ini adalah pengguna layanan belanja online (*E-commerce*) Lazada yang ada di Pekanbaru, baik yang menggunakan *website* ataupun *mobile application*.
4. *Software* yang digunakan dalam pengolahan data adalah *SPSS 24 for windows* dan *Microsoft Excel*.
5. Analisa yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah analisa perhitungan E-servqual dan perhitungan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI)

1.4 Tujuan

Berikut tujuan penelitian yang akan dicapai dari Tugas Akhir ini berdasarkan latar belakang masalah dan batasan yang telah dijelaskan:



1. Untuk mendapatkan tingkat kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Lazada di daerah Pekanbaru dengan menggunakan metode E-Servqual.
2. Untuk mendapatkan rekomendasi dan prioritas dalam perbaikan layanan Lazada berdasarkan hasil perhitungan dan analisa dengan menggunakan metode E-Servqual.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat penelitian dari Tugas Akhir ini adalah:

1. Dapat mengetahui tingkat kualitas layanan Lazada terhadap kepuasan pelanggan di daerah Pekanbaru dengan menggunakan metode E-Servqual.
2. Sebagai rekomendasi dalam meningkatkan layanan *E-commerce* pada Lazada.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini digunakan agar penulisan Tugas Akhir yang dibuat dapat tersusun dengan rapih dan mudah dipahami. Sistematika penulisan dalam Tugas Akhir ini terdiri dari lima bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Berisikan penjelasan tentang (1) Latar Belakang: (2) Rumusan Masalah: (3) Batasan Masalah: (4) Tujuan: (5) Manfaat: dan (6) Sistematika Penulisan.

BAB 2. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi teori-teori pendukung topik tugas akhir mengenai (1) Pengertian Analisis: (2) Konsep Kualitas Layanan: (3) Kepuasan Pelanggan: (4) Persepsi: (5) Ekspektasi: (6) *E-Commerce*: (7) *Electronic Service Quality* (E-Servqual): (8) Perhitungan E-Servqual: (9) *Customer Satisfaction Index* (CSI): (10) Prioritas Perbaikan Layanan: (11) Populasi dan Sampel: (12) Uji Validitas dan Reliabilitas: (13) Aplikasi SPSS: (14) Penelitian Terdahulu.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab ini berisikan uraian pembahasan tentang metodologi penelitian yang dilakukan mulai dari (1) Tahap Perencanaan: (2) Tahap Pengumpulan Data: (3) Tahap Pengolahan Data: (4) Tahap Analisa dan Hasil: (5) Tahap Dokumentasi.

BAB 4. ANALISA DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang pembahasan dan uraian hasil penelitian yang berisikan (1) Analisis Sistem *E-commerce*: (2) Identifikasi Masalah: (3) Identifikasi Responden: (4) Pengolahan Data dan Analisis: (5) Deskripsi Pengolahan Kuesioner: (6) Hasil Analisa Deskripsi Pengolahan Kuesioner: (7) Analisis Masalah: (8) Analisis Prioritas Perbaikan Layanan: (9) Rekomendasi.

BAB 5. IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab 5 merupakan bab penutup dari Tugas Akhir ini yang berisikan tentang:

(1) Kesimpulan: dan (2) Saran.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Analisis

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) analisis adalah sebuah proses penjelasan pokok masalah dari berbagai bagian dan penguraian hubungan antar bagian dengan tujuan agar memperoleh pemahaman atas masalah yang ada secara menyeluruh dan benar.

Adapun tahap-tahap dalam menganalisa sistem hampir sama dengan mengidentifikasi proyek sistem yang akan dikembangkan pada fase perencanaan sistem. Perbedaannya terdapat dalam ruang lingkup tugas yang mana dalam analisis sistem dilakukan lebih terperinci dan detail, sedangkan pada perencanaan sistem hanya bersifat kajian terhadap penelitian pendahuluan.

Berikut merupakan tahapan awal yang dapat dilakukan oleh analis sistem dalam menganalisa sistem:

1. *Identify*, yaitu menentukan dan mengidentifikasi masalah yang ada pada sistem. Identifikasi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:
 - (a) Identifikasi penyebab terjadinya masalah dari sistem.
 - (b) menentukan akhir keputusan.
 - (c) Identifikasi kontak utama.
2. *Understand*, yaitu memahami dan mengerti cara kerja dari sistem yang berjalan. adapun hal yang dapat dilakukan untuk memahami sebuah sistem adalah
 - (a) Penentuan jenis penelitian yang akan dilakukan terhadap sistem.
 - (b) Membuat perencanaan jadwal.
 - (c) Membuat bagian penugasan penelitian dari sistem.
 - (d) Membuat agenda wawancara.
 - (e) Mengumpulkan hasil penelitian.
3. *Analyz*, yaitu melakukan analisa terhadap sistem untuk mengenali kelemahan dan kebutuhan sistem.
 - (a) Identifikasi kelemahan dari sistem.
 - (b) Tentukan kebutuhan informasi yang dibutuhkan pengguna dan sistem.
4. *Analyz*, yaitu menganalisis sistem.
 - (a) Membuat laporan akhir sebagai dokumen menyelesaikan analisa.
 - (b) Memperbaiki kesalahan yang ada dan menyelesaikan analisa.



2.2 Konsep Kualitas Layanan

Berikut merupakan konsep dari kualitas layanan:

2.2.1 Pengertian Kualitas

Dalam pengertian Kualitas terdapat beberapa pendapat diantaranya, menurut Deming, kualitas adalah fokus dari kemampuan suatu pasar dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan dari konsumen atau pelanggan (Angraini dan Hermaini, 2018). Sedangkan Crosby mengartikan kualitas sebagai sesuatu hal yang tidak memiliki cacat, yang memiliki kesempurnaan dan sesuai dengan persyaratan yang ada (Widyanita dkk., 2018).

Kualitas adalah keadaan dinamis yang dapat dilihat dari suatu produk, jasa, orang, proses dan lingkungan yang melebihi harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Kualitas merupakan fungsi biaya yang dapat mengurangi biaya dengan meningkatkan proses dan mengurangi variasi produk atau variasi dari produk (Tjiptono, 2016).

2.2.2 Pengertian Layanan/Jasa

Menurut (Kotler, 2000) jasa adalah suatu layanan berupa tindakan atau aktifitas yang diberikan oleh salah pihak ke pihak lain yang membutuhkan yang tidak memiliki wujud secara fisik dan tidak memiliki kepemilikan atas sesuatu, namun mempunyai manfaat bagi orang yang menerima layanan (Angraini dan Hermaini, 2018).

Definisi lainnya oleh Gronroos (2000), jasa adalah proses yang terdiri dari berbagai macam aktivitas yang tidak memiliki bentuk secara fisik dan biasanya hanya ada interaksi yang dilakukan antara pelanggan dengan karyawan jasa atau sumber daya fisik yang dapat berupa barang, serta sistem penyedia jasa yang telah disediakan atas solusi dari masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

2.2.3 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan (*service quality*) adalah suatu bentuk layanan yang diberikan kepada pelanggan yang memiliki ciri umum dan ciri khas dari suatu produk dan jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada pengguna. Semakin tinggi kepuasan pelanggan yang ingin dipenuhi maka semakin tinggi kualitas layanan yang akan diberikan, dan semakin rendah harga dan biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Kualitas layanan digambarkan sebagai kombinasi dari atribut layanan yang diinginkan oleh pelanggan (Sastika, 2018).



2.3 Kepuasan Pelanggan/Pengguna

Menurut tjiptono, Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai respon penilaian terhadap dari apa yang dirasakan oleh pelanggan (persepsi) atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah menggunakan produk yang bersangkutan (Astuti dan Salisah, 2016).

Kepuasan pelanggan adalah ukuran kinerja secara keseluruhan dari sebuah perusahaan yang dibandingkan pada berbagai macam keperluan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak bersifat mutlak tapi tergantung pada apa yang diharapkan oleh pelanggan. Kepuasan dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu:

1. Kepuasan fungsional didapatkan berdasarkan fungsi yang dihasilkan oleh suatu produk.
2. Kepuasan psikologikal didapatkan dari produk yang tidak memiliki wujud namun manfaatnya dapat dirasakan.

Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan:

1. Kualitas barang dan pelayanan,
2. Aktifitas jual beli,
3. Layanan setelah penjualan yang diterima,
4. Nilai-nilai dari Perusahaan.

Dalam menentukan Kepuasan pelanggan terdapat 5 faktor yang dapat diperhatikan suatu perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan, diantaranya sebagai berikut:

1. Kualitas Produk
Dengan adanya produk yang berkualitas pelanggan akan merasa puas dan akan memiliki nilai tambah dibenak pelanggan
2. Kualitas Pelayanan
Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas karena mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapan yang diinginkan sehingga akan membuat pelanggan kembali membeli atau menggunakan jasa pelayanan yang sama. Pelanggan yang puas akan memberikan persepsi yang baik terhadap produk dan jasa yang telah disediakan perusahaan.
3. Emosional
Dengan menggunakan produk yang berkualitas pelanggan akan lebih merasakan emosional dengan produk yang dimilikinya, merasakan keyakinan lebih akan produknya dan merasa bangga serta merasakan kepuasan lebih atas produk yang telah dibeli oleh pelanggan.

4. Harga
Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penentuan kepuasan pelanggan, dimana pelanggan akan merasa puas dengan harga yang rendah dan kualitas produk yang baik dibandingkan produk dengan kualitas yang rendah atau sama dengan harga yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan banyaknya pelanggan memilih harga terlebih dahulu.

5. Biaya
Semakin sedikit biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan dalam mendapatkan suatu produk maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang akan diterima oleh pelanggan karena tidak diperlukannya biaya dan waktu yang terbuang dalam mendapatkan suatu produk atau jasa.

2.3.1 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Mengukur kepuasan pelanggan pada suatu layanan dapat bermanfaat dalam memberikan penilaian terhadap layanan yang disediakan dan sebagai evaluasi perbandingan dengan pesaing layanan lainnya yang memberikan layanan yang sama, serta dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan dan menentukan peningkatan bagian dari layanan yang membutuhkan peningkatan agar pelanggan merasa puas.

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan tersebut, terdapat beberapa metode pengukuran yang bisa digunakan, diantaranya:

1. Sistem keluhan dan saran pelanggan.
Perusahaan menyediakan fasilitas berupa sistem penampung keluhan dan memberikan kesempatan secara luas kepada pelanggan/pengguna untuk menyampaikan keluhan, saran, dan pendapat terhadap layanan yang digunakan. Adapun fasilitas yang dapat disediakan berupa kotak saran atau menyediakan *call center* khusus bagi pelanggan yang ingin menyampaikan keluhannya terkait layanan yang bermasalah.
2. Survei kepuasan pelanggan
Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai macam cara sebagai berikut:
 - (a) Pengukuran yang dilakukan secara langsung dengan wawancara terhadap pelanggan dengan mengajukan pertanyaan seperti pertanyaan seberapa puas pelanggan terhadap pelayanan yang diterima.
 - (b) Menyediakan fasilitas seperti kotak saran dan meminta responden untuk menuliskan masalah yang dialami dan saran perbaikan terkait masalahn tersebut.

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- (c) Menyediakan survei dan kuesioner terhadap responden terkait harapan responden terhadap atribut layanan dan persepsi responden terhadap layanan yang dirasakan saat ini.
- (d) Responden dapat memberikan peringkat berdasarkan kepentingan layanan

2.3.2 Kualitas Layanan Online

Adapun kriteria yang dapat digunakan dalam melakukan evaluasi terhadap kualitas layanan *online* adalah:

1. Informasi dan konten yang tersedia (*Information availability and content*). Tersedianya informasi dan konten yang lengkap yang dibutuhkan oleh pelanggan merupakan hal yang penting dalam layanan berbelanja *online*. Hal ini akan meningkatkan niat pengguna agar menggunakan layanan kembali dan melakukan transaksi pembelian ulang pada layanan tersebut.
2. Layanan yang mudah digunakan (*ease of use*) Layanan yang mudah digunakan akan membuat layanan memiliki banyak pengguna dan dapat meningkatkan kualitas layanan yang ada.
3. Gaya grafis (*Graphic style*) Gaya grafis memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap persepsi pelanggan dalam menggunakan layanan untuk berbelanja *online*. Grafis yang baik ialah grafis yang enak untuk dilihat mulai dari gaya desain grafis yang dibuat, warna yang dipilih, tata letak atribut layanan yang disediakan, tipe untuk ukuran tulisan yang dipilih, jumlah gambar dan animasi yang memanjakan mata sehingga pengguna merasa nyaman dalam menggunakan layanan *online* tersebut.
4. Penemuan dan kehandalan (*fulfillment/reliability*) Di identifikasikan sebagai pemenuhan janji oleh layanan terkait kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian ulang oleh pelanggan dalam sebuah *E-commerce*. Dalam konteks *online* diartikan sebagai pengiriman yang tepat waktu, penjelasan produk yang akurat, dan pemenuhan isu-isu lainnya.
5. Keamanan/ privasi (*security/privacy*) Privasi yang dimaksud melibatkan perlindungan terhadap informasi pribadi, dan keamanan melibatkan perlindungan terhadap resiko penipuan, kehilangan keuangan dan informasi lainnya.

2.4 Pengertian Persepsi

Persepsi adalah pengalaman dari seseorang tentang suatu objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang didapatkan dengan mengumpulkan informasi yang ada dan menyimpulkan informasi tersebut dan menafsirkan pesan terkait informasi



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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

yang telah dikumpulkan (Deo dkk., 2017). Proses persepsi diawali dengan proses sensasi yang dirasakan. Ada 3 faktor yang mempengaruhi persepsi diantaranya:

1. Faktor Psikologis, merupakan faktor yang terbentuk dari dalam diri pelanggan yang dapat mengubah persepsi dari pelanggan, perubahan yang dimaksud adalah perubahan terhadap ingatan memori yang tercipta, pengetahuan yang didapatkan, kepercayaan yang terbentuk serta nilai-nilai yang dianggap penting dan bermanfaat.
2. Faktor Fisik, Faktor yang dapat mengubah pandangan dari pelanggan melalui apa yang dilihat dan dirasakan. Faktor fisik dapat bernilai positif sehingga dapat memperkuat persepsi baik yang tercipta dan dapat juga bernilai negatif menghancurkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.
3. *Image* yang terbentuk. Gambaran yang dimaksud adalah *image* yang telah dibentuk oleh pelanggan terhadap perusahaan atau jasa. Perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan *image* yang berbeda dari pesaingnya yang lain untuk menarik pelanggan lebih banyak.

2.5 Pengertian Ekspektasi

Ekspektasi merupakan suatu keyakinan yang dimiliki oleh pelanggan terhadap suatu produk dan layanan sebelum pelanggan tersebut mencoba menggunakan dan membeli produk atau layanan tersebut. Keyakinan yang ada pada pelanggan nantinya dijadikan standar atau acuan dalam menilai kemampuan suatu produk tersebut (Deo dkk., 2017). Ada beberapa faktor yang dapat membentuk ekspektasi dari pelanggan, sebagai berikut:

1. *Word of mouth communication*, yaitu komunikasi yang dilakukan berdasarkan yang dikatakan dari mulut ke mulut oleh pelanggan yang telah merasakan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan, ini merupakan faktor potensial yang mempengaruhi harapan pelanggan karena orang-orang cenderung lebih percaya dengan apa yang dikatakan oleh orang-orang yang dikenalnya secara langsung dari apa yang dikatakan.
2. *Past experience*, yaitu faktor yang dilihat dari pengalaman masa lalu yang dialami oleh seseorang berdasarkan pengalamannya saat menggunakan produk dan layanan yang diberikan yang mana dapat mempengaruhi tingkat harapan pelanggan tersebut terhadap ekspektasi layanan.
3. *External communication*, yaitu komunikasi yang dilakukan dengan menyampaikan pernyataan tentang masa lalu oleh organisasi penyedia jasa kepada pelanggan yang ditawarkan. Pernyataan yang diberikan dapat beru-



pa *personal selling*, iklan layanan dan produk, perjanjian ataupun komunikasi langsung dengan karyawan yang bekerja pada layanan atau yang menjual produk yang bersangkutan.

4. *Personal needs*, yaitu suatu keinginan yang dimiliki secara pribadi yang dapat memenuhi harapan pelanggan atau dengan kata lain kebutuhan dasar dari pelanggan yang dirasakan seseorang untuk kesejahteraannya juga sangat menentukan harapannya.

2.6 *E-commerce*

E-commerce merupakan salah satu keunggulan yang dapat dimanfaatkan dari internet, dengan pemanfaatan internet pada saat ini kita dapat melakukan kegiatan berupa transaksi jual beli yang dilakukan secara elektronik pada jaringan internet yang memiliki banyak sebutan yaitu internet *commerce*, *E-com*, *E-commerce* atau *immerce* (Astuti dan Salisah, 2016).

Menurut Laudon dan Traver *E-commerce* diartikan sebagai pemanfaatan internet dengan web dalam melakukan transaksi bisnis. Secara formal, digital memungkinkan transaksi sedara komersial antara organisasi dan individu. *E-commerce* menggunakan *website* untuk bertransaksi atau memberikan fasilitas tempat jual beli produk dan jasa secara *online* (Akbar dan Djatmiko, 2016).

2.7 *Electronic Services Quality (E-Servqual)*

E-service quality atau yang lebih dikenal dengan nama E-Servqual adalah versi pembaharuan terbaru dari *service quality (ServQual)*. E-Servqual pertama kali hadir pada tahun 2000 di konseptualisasi oleh Zeithaml, Parasuraman dan Malhotra. Mereka berpendapat bahwa *E-service quality* adalah sebuah alat ukur yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh sebuah layanan dapat berjalan dan memfasilitasi pembelian yang efektif dan efisien, pembelian, penjualan dan penyampaian produk atau jasa. Berdasarkan definisi *E-service quality* dan kualitas pelayanan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa E-Servqual adalah metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dari sebuah layanan penyedia jasa berbasis internet meliputi pembelian dan penyampaian jasa (Angraini dan Hermaini, 2018).

Metode ini menghubungkan antara pandangan (persepsi) dari pelanggan dan penyedia jasa mengenai kualitas pelayanan elektronik, serta merupakan dasar yang baik dalam memahami, mengukur, memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan.

Berdasarkan (Zeithaml, et al, 2000) E-Servqual terbagi menjadi 7 dimensi sebagai berikut:

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Efisiensi / *Efficiency*
Efisiensi merupakan kemampuan sistem dalam menjalankan sistem operasinya yang berhubungan dengan kecepatan dan kemudahan dalam mengakses halaman situs, mencari produk yang diinginkan oleh pelanggan dan informasi yang berkaitan dengan produk, serta akses keluar yang dapat dilakukan dengan mudah.
2. Reliabilitas/*Reliability*
Reliabilitas / Keandalan adalah keandalan informasi yang diberikan, yang merupakan kebenaran dan keakuratan informasi mengenai kemampuan teknis setiap sistem, terutama ketersediaan situs, fungsionalitas yang sesuai, dan keakuratan layanan yang dijanjikan.
3. Daya tanggap / *Responsiveness*
Daya tanggap terkait dengan kemampuan respon dari pelayanan melalui media elektronik yang ditetapkan dan kecepatan respon dari *customer service* untuk mendapatkan bantuan ketika mempunyai masalah atau pertanyaan berkaitan dengan layanan yang disediakan.
4. Privasi / *Privacy*
Privasi berhubungan dengan data pribadi milik pelanggan yang akan dijaga kerahasiaannya, diberikan jaminan keamanan data pengguna aman dilindungi dan tidak disebar luaskan.
5. Pemenuhan Janji / *Fulfillment*
Informasi yang terdapat dalam sistem layanan sudah tepat, akurat, terpercaya dan sesuai dengan janji yang tertera dalam layanan. Informasi ini meliputi ketersediaan persediaan produk dan pengiriman produk tepat waktu yang dijanjikan.
6. Kompensasi / *Compensation*
Merupakan dimensi yang terkait dengan opsi pembayaran, pengiriman, pembelian dan pengembalian barang dan uang, biaya pengiriman serta biaya penanganan produk. kompensasi berhubungan dengan jaminan yang diberikan oleh penyedia jasa terhadap pelanggan terkait kerusakan barang yang diterima.
7. Kontak / *Contact*
Adanya akses komunikasi yang disediakan untuk pelanggan agar dapat berkomunikasi secara langsung tanpa dijawab oleh mesin penjawab otomatis.



2.8 Perhitungan E-Servqual

Dalam dunia bisnis, konsep yang sering digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan pada suatu perusahaan pelayanan adalah dengan menggunakan metode E-Servqual yang bertujuan untuk mendapatkan indeks kepuasan pelanggan. Cara kerja metode E-Servqual adalah membandingkan harapan (ekspektasi) pelanggan dengan tingkat kinerja aktual (persepsi) yang dirasakan oleh pelanggan.

Nilai E-Servqual dari kualitas layanan diukur dengan menghitung selisih antara penilaian pelanggan dengan ekspektasi dan persepsi. Nilai yang didapat disebut dengan *Gap* (kesenjangan). *Gap* yang memiliki nilai negatif menunjukkan bahwa standar kualitas pelayanan kurang baik dan perlu ditingkatkan, dan *Gap* yang bernilai positif berarti kualitas layanan yang diberikan sudah memuaskan dan sesuai dengan harapan pelanggan.

Perhitungan kualitas layanan untuk model E-Servqual didasarkan pada skala Likert 1 - 4. Perhitungan nilai E-Servqual dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai rata-rata persepsi \overline{SKij} untuk setiap variabel terlebih dahulu dengan menggunakan rumus persamaan 2.1.

$$\text{Rumus : } (\overline{SKij}) = \frac{\sum Si_j}{n} \quad (2.1)$$

Keterangan:

(\overline{SKij}) = nilai rata-rata persepsi responden untuk pernyataan ke-i

$\sum Si_j$ = total persepsi responden ke-j terhadap pernyataan ke -i

n = Jumlah responden penelitian.

2. Menentukan nilai rata-rata dari setiap variabel harapan (ekspektasi) (\overline{Eij}) . menggunakan persamaan 2.2.

$$\text{Rumus : } (\overline{Eij}) = \frac{\sum Eij}{n} \quad (2.2)$$

Keterangan:

(\overline{Eij}) = nilai rata-rata ekspektasi responden untuk pernyataan ke-i.

$\sum Eij$ = total ekspektasi responden ke-j terhadap pernyataan ke-i

n = Jumlah responden penelitian.

3. Menentukan nilai rata-rata perdimensi dengan cara tambahkan setiap nilai E-Servqual (Sij) yang diperoleh untuk setiap dimensi dan bagi angka tersebut dengan jumlah pernyataan dari tiap dimensi tersebut untuk menentukan

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nilai rata-rata untuk setiap dimensi dengan menggunakan persamaan 2.3.

$$\text{Rumus : } (\overline{SKdr}) = \frac{\sum SKij}{mr} (\overline{Edr}) = \frac{\sum Ei}{mr} \quad (2.3)$$

Keterangan:

SKdr = Rata-rata nilai persepsi dimensi E-Servqual ke-i

Eij = Rata-rata nilai ekspektasi dimensi E-Servqual ke-j

Ski = Rata-rata persepsi responden untuk pernyataan ke-i

Ei = Rata-rata ekspektasi responden untuk pernyataan ke-j

M = Jumlah pernyataan pada dimensi E-Servqual ke-i

r = 1,2,3,4,5, n.

4. Menentukan nilai E-Servqual dengan menggunakan rumus berikut untuk menghitung nilai kesenjangan setiap responden pada setiap pernyataan dengan persamaan 2.4.

Nilai E-Servqual = Nilai Persepsi – Nilai Ekspektasi

$$\text{Rumus : } E - SQ = (\overline{SKij}) - (\overline{Eij}) \quad (2.4)$$

Keterangan:

E-SQ = Nilai E-Servqual

\overline{SKij} = Nilai persepsi responden ke-j untuk pernyataan ke-i

\overline{Eij} = Nilai ekspektasi responden ke-j untuk pernyataan ke-i

i = 1,2,3,..., n

j = 1,2,3,..., n

5. Menentukan nilai kualitas layanan secara keseluruhan atau *Total Electronic Service Quality*(TESQ) dengan menggunakan persamaan 2.5.

$$\text{Rumus : } TESQ = \frac{\sum SKij}{n} - \frac{\sum Eij}{n} \quad (2.5)$$

Keterangan:

TESQ = Nilai total E-Servqual

\overline{SKij} = Rata-rata persepsi responden untuk pernyataan (*variable*) ke-i

\overline{Eij} = Rata-rata ekspektasi responden untuk pernyataan (*variable*) ke-i

n = Banyaknya responden.

6. Dari hasil perhitungan nilai TESQ ini akan mengidentifikasi memuaskan



atau tidaknya kualitas layanan/jasa yang diberikan suatu penyedia jasa kepada pelanggan. Kualitas layanan yang disediakan dapat dikatakan “memuaskan” apabila nilai TESQ yang didapat positif dan memiliki nilai besar dan sama dengan nol (> 0) maka kualitas layanan dapat dikatakan sangat memuaskan. Sedangkan jika nilai TESQ *negative* dan kecil dari nol (< 0) maka dapat dikatakan kualitas layanan yang diberikan “tidak memuaskan” pelanggan.

2.9 Perhitungan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI)

Indeks kepuasan pelanggan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) merupakan suatu range nilai E-Servqual yang didefinisikan dalam bentuk tingkat kepuasan pelanggan yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari tiap atribut produk/jasa yang diteliti. Indeks kepuasan pelanggan diperlukan untuk menentukan apakah pelanggan puas dengan layanan yang telah disediakan. CSI biasa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk tujuan internal perusahaan, seperti mengetahui harapan dan minat dari pelanggan untuk layanan yang ditawarkan oleh perusahaan kedepannya.

Untuk mengetahui tingkat CSI dapat dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah dari perhitungan CSI sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS). Nilai ini berasal dari perhitungan rata-rata kepentingan tiap pelanggan.

MIS dapat ditentukan dengan menggunakan persamaan 2.6.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad (2.6)$$

Dimana:

n = Jumlah responden

Y_i = nilai kepentingan atribut Y ke i

2. Menentukan nilai *Weight Factors* (WF) dari atribut yang ada. Bobot ini didapat dari persentase nilai MIS per-atribut terhadap total MIS dari total atribut. Dapat ditentukan dengan persamaan 2.7.

$$WF = \frac{mis_i}{\sum_{i=1}^P mis_i} \times 100\% \quad (2.7)$$

Keterangan:

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

MIS i = Nilai *Mean Importance Score* ke-I

$\sum_{i=1}^P mis_i$ = Jumlah seluruh nilai MIS

3. Membuat *Wight Score* (WS) dari nilai atribut yang ada. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (*Mean Setisfaction Score* = MSS). Dapat ditentukan dengan persamaan 2.8.

$$WS_i = Wf_i \times MSS \quad (2.8)$$

Keterangan:

Wfi = Nilai *Wight Score* ke-I

MSS = Rata-rata tingkat kepuasan (nilai mis yang dijumlahkan dan dibagi dengan banyaknya mis).

4. Menentukan nilai indeks kepuasan pelanggan/ *Customer Satisfaction Indeks* (CSI/IKP). Perhitungan CSI dilakukan menggunakan skor Rata-rata tingkat ekspektasi dan persepsi dari setiap atribut yang ada. Nilai CSI diperoleh dengan membagi skor bobot total (WS) dengan skala maksimum yang digunakan dan dikalikan 100%, maka didapatkanlah persentase tingkat kepuasan pelanggan yang dihitung dengan CSI. Dengan Persamaan 2.9.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P WS_i}{HS} \times 100\% \quad (2.9)$$

Keterangan:

$\sum_{i=1}^P WS_i$ = jumlah nilai WF keseluruhan

HS (*Highest Scale*) = skala maksimum yang digunakan

Mengukur kepuasan pelanggan sangat penting dilakukan untuk mengetahui jumlah harapan yang dapat dipenuhi dari pelanggan oleh para pihak penyedia layanan. apabila nilai CSI di atas 50% dapat dikatakan bahwa pengguna sudah merasa puas dengan layanan yang ditawarkan dan sebaliknya apabila nilai CSI di bawah 50% maka dapat dikatakan bahwa pengguna belum puas dengan layanan yang diberikan. Nilai CSI dibagi dalam lima kriteria yang dapat dilihat dalam Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1. Tabel Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Indeks* (CSI/IKP)

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 - 1,00	Sangat Puas
0,66 - 0,80	Puas
0,51 - 0,65	Cukup Puas



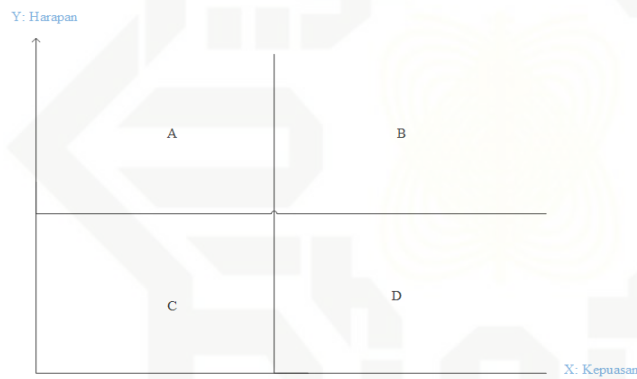
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Tabel 2.1 Tabel Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Indeks* (Tabel lanjutan...)

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,35 - 0,50	Kurang Puas
0,00 - 0,34	Tidak Puas

2.10 Prioritas Perbaikan Layanan

Salah satu cara dalam menentukan atribut dan dimensi yang akan diperbaiki adalah dengan menentukan urutan prioritas dari layanan yang ingin diperbaiki, hal ini dapat dilakukan salah satunya dengan menggunakan Diagram Kartesius. Diagram Kartesius merupakan alat analisis untuk membuat keputusan strategis dalam meningkatkan layanan dengan memeriksa hubungan antara kinerja dan tingkat *implementasi* layanan yang diberikan oleh perusahaan dengan kepuasan yang diharapkan pelanggan. Diagram Kartesius merupakan bangunan yang terdiri dari 4 kuadran yang dikelilingi oleh dua garis vertikal pada titik potong x dan y (Astuti dan Salisah, 2016). Diagram Kartesius dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Diagram Kartesius Perbaikan Layanan

Penjelasan:

1. Titik X merupakan nilai skor rata-rata dari tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan dari keseluruhan atribut.
2. Titik Y merupakan nilai skor rata-rata dari tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Kuadran A, B, C dan D menunjukkan tingkat prioritas atribut yang penting dan akan diperbaiki.
 - (a) Kuadran A: diisi oleh atribut-atribut prioritas yang dianggap penting dan perlu diperbaiki.
 - (b) Kuadran B: ialah atribut-atribut prioritas yang dianggap penting dan

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perlu dipertahankan karena pelanggan dianggap telah terpuaskan dengan atribut yang ada pada kuadran ini.

- (c) Kuadran C: atribut yang ada pada kuadran C dianggap kurang penting dari atribut yang lainnya dengan tingkat kepuasan konsumen yang kurang memuaskan pelanggan. pada kuadran ini dapat diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan kedepannya.
- (d) Kuadran D: Merupakan prioritas atribut yang kurang dianggap penting dari atribut lainnya tetapi memiliki tingkat kepuasan pelanggan sangat puas terhadap atribut yang ada pada kuadran D. Biasanya di isi oleh atribur pendukung yang dianggap kurang penting namun dalam pelaksanaannya sudah baik dan memuaskan pelanggan.

2.11 Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah tertentu. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen/anggota dari suatu wilayah tertentu, yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan perwakilan dari suatu objek penelitian. Populasi merupakan wilayah yang telah di generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dilakukan suatu penelitian, dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulan atas penelitian tersebut dari populasi yang digunakan.

Populasi tidak hanya terbatas pada orang tetapi juga objek dan benda-benda alam lainnya dapat dijadikan populasi dalam penelitian. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun rumus yang digunakan untuk mengetahui jumlah sampel pada penelitian ini adalah rumus *Lemeshow*. Dengan persamaan pada 2.10.

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2} \tag{2.10}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel minimal yang diperlukan
- Z α = nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$
- P = prevalensi outcome = 50% Q = 1-P
- L = tingkat ketelitian 10%

Rumus *Lemeshow* ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang tidak diketahui populasinya. karena populasi pelanggan Lazada yang ada di Pekanbaru tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang digunakan untuk mencari jumlah



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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sampel penelitian adalah rumus *Lemeshow*.

Rumus *Lemeshow* ini juga digunakan di beberapa penelitian sebelumnya dengan judul "Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa" (Jurmin, Nopri 2018) pada penelitian ini jumlah tamu yang berkunjung ke Hotel Dharmawangsa tidak diketahui secara jelas dan pasti total jumlah pengunjungnya sehingga peneliti menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dengan menggunakan rumus *Lemeshow* untuk populasi tidak diketahui.

2.12 Uji Validitas dan Reliabilitas

2.12.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada instrumen atau butiran pertanyaan kuesioner yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji validasi ini menunjukkan tingkat ketelitian instrumen saat mengukur apa yang sedang diukur. Oleh karena itu, efektivitas alat ukur berkaitan dengan ketepatan alat ukur dalam mengukur objek yang akan diukur (Astuti dan Salisah, 2016).

2.12.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan merupakan pengujian konsistensi dari serangkaian pengukuran atau alat ukur. Reliabilitas adalah pengukuran yang digunakan untuk melihat sejauh mana suatu alat ukur dapat tetap konsisten mengukur suatu alat ukur yang sama setelah diukur berulang kali terhadap suatu subjek dalam kondisi yang sama.

Suatu alat ukur yang digunakan dianggap dapat diandalkan atau bernilai *reliable* jika uji reliabilitas alat ukurnya memberikan hasil yang konsisten dalam mengukur objek yang sama. Dikatakan tidak bisa diandalkan apabila alat ukur yang digunakan secara berulang menunjukkan hasil yang berbeda dalam mengukur objek yang sama (Astuti dan Salisah, 2016).

2.13 Aplikasi SPSS

Aplikasi *Statistical Package Social Science* (SPSS) merupakan aplikasi yang digunakan untuk melakukan analisis statistik yang diterbitkan oleh SPSS Inc. Versi pertama SPSS dirilis pada tahun 1968 yang dibuat oleh Normanm Nie. *Statistical Package Social Science* (SPSS) Memiliki kemampuan untuk menganalisa data statistik dan sistem manajemen data Lingkungan grafis dengan menggunakan menu sederhana yang membuat aplikasi mudah dimengerti dan dijalankan.

SPSS dapat membaca berbagai jenis data dengan membaginya kedalam baris (*cases*) dan kolom (*variables*). Cases berisi informasi untuk satu unit analisis, sedangkan variables adalah informasi yang dikumpulkan dari setiap kasus.



2.14 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah tinjauan pustaka yang berasal dari beberapa penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu. Berikut beberapa penelitian yang telah dilakukan terkait kualitas layanan *E-commerce* menggunakan dengan metode E-Servqual adalah:

1. Penelitian terkait kualitas layanan menggunakan metode E-Servqual dilakukan oleh (Astuti dan Salisah, 2016) dengan judul penelitian "Analisis Kualitas Layanan *E-Commerce* Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus: Lejel Home Shopping Pekanbaru)". Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas layanan *E-commerce* pada Lejel Home Shopping serta mengetahui atribut mana yang mendapatkan prioritas utama dalam perbaikan dan harus diperbaiki. Metode pada penelitian ini menggunakan metode E-Servqual yang berfokus pada lima dimensi, yaitu *efisiensi, reliabilitas, responsiveness, fulfillment* dan kontak. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa tingkat layanan *E-commerce* lejel home shopping yang diteliti pada saat itu berada pada level belum memuaskan dengan nilai -1,084.
2. Penelitian sebelumnya terkait Lazada dilakukan oleh (Deo dkk., 2017) dengan judul penelitiannya "Analisis kualitas layanan Lazada dengan menggunakan metode E-Servqual dan *Impotance Performance Analysis (IPA)*", fokus dari penelitian yang dilakukan ini yaitu untuk mengetahui apakah terjadi *Gap* antara ekspektasi dan persepsi dari pelanggan Lazada yang menggunakan *E-commerce* tersebut dan untuk mengetahui indikator yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 6 dimensi yang terdapat pada metode E-Servqual yaitu *reliability, responsiveness, security/privacy, aesthetics, dan information*. Hasil dari penelitian ini yaitu didapat nilai rata-rata ekspektasi dari pelanggan lazada adalah sebesar 4,32 dan nilai rata-rata dari persepsi pelanggan sebesar 3,98. dan nilai E-Servqual dari penelitian ini adalah sebesar -0,34.
3. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Tobagus, 2018) dengan judul penelitian yaitu "Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia". Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Situs belanja online Tokopedia. Selanjutnya, penelitian ini dilakukan Untuk mengukur penilaian pelanggan yang membeli di Tokopedia menggunakan metode E-Servqual berdasarkan 7 dimensi dari E-Servqual, yaitu *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness,*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Compensation, Contact. Hasil Yang didapatkan dari penelitian ini adalah E-Service Quality mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap E-Satisfaction pada situs jual beli online Tokopedia.

4. Penelitian terdahulu terkait E-Service Quality pernah dilakukan oleh (Laurent, 2016) dengan judul "Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan". Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk Menganalisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas dari Pelanggan yang menggunakan GO-Jek, Menganalisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan GO-Jek, Menganalisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas dari Pelanggan GO-Jek, Serta Menganalisa Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan GO-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan menggunakan metode E-Servqual. Dimensi yang digunakan merupakan dimensi E-Servqual yang terdiri dari *Ease Of Use, Website Design, Reliability, System Availability, Prifacy, Responsiveness, Empathy, Experience, Dan Trust*. Adapun hasil dari penelitian Ini menunjukkan Bahwa E-Service Quality mempunyai pengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan dilihat dari kepuasan pelanggan Go-jek.

5. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Widyanita dkk., 2018) terkait analisis kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *E-Commerce* Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fe Uii Pengguna Shopee". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dari Shopee terhadap Kepuasan Pelanggan. Dan Menganalisis pengaruh dari dimensi E-servqual *Efisiensi, Reabilitas, Fullfillment, Privasi, Responsivness, Kompensasi, dan Kontak* terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan *E-commerce* Shopee. Adapun hasil penelitian yang didapat adalah semua nilai E-Servqual berdasarkan lima dimensi yang digunakan bernilai positif sebesar 0,25 yang berarti bahwa, kualitas pelayanan dari *E-commerce* shopee secara keseluruhan layanan sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

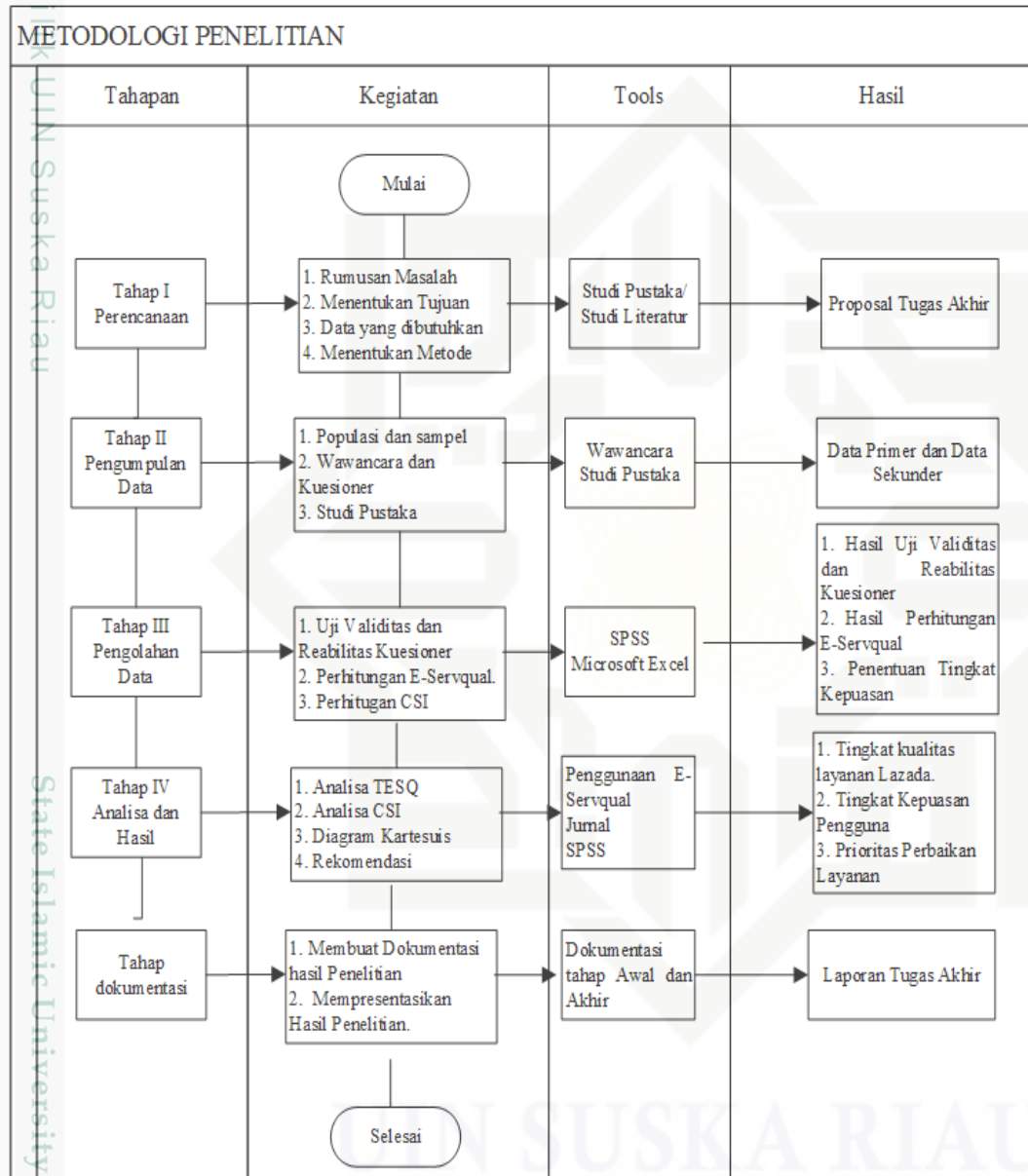
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian dalam Tugas Akhir ini terbagi menjadi beberapa tahapan, dimulai dari tahapan perencanaan hingga tahapan dokumentasi hasil penelitian. Tahapan penelitian Tugas Akhir ini dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Metodologi Penelitian

3.1 Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan adalah tahap untuk memilih dan merencanakan apa yang akan dilakukan dan diteliti oleh peneliti, hal yang akan dilakukan pada tahap ini



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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yaitu merumuskan masalah, menentukan tujuan, melakukan studi pustaka terkait penelitian, dan menentukan data yang dibutuhkan. Adapun tahapan dalam perencanaan adalah sebagai berikut:

3.1.1 Menentukan Masalah

Menentukan masalah dilakukan dengan melakukan wawancara dan mencari masalah yang terjadi ketika proses penggunaan *E-commerce* Lazada oleh pelanggan. Hasil dari perumusan masalah yang didapat yaitu masih adanya kendala dari segi kualitas sistem dan kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan yang telah dijelaskan pada Bab I dalam penelitian ini. Identifikasi masalah yang dialami oleh pelanggan Lazada pada penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran C.

3.1.2 Menentukan Tujuan

Menentukan tujuan dilakukan untuk memperjelas sasaran yang akan dicapai dalam penelitian ini. Tujuan yang akan dicapai sebagai berikut:

1. untuk mendapatkan tingkat kepuasan pengguna terhadap kualitas layanan *E-commerce* Lazada dan mengetahui tingkat kualitas layanan *E-commerce* dari setiap variabel.
2. untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan menentukan nilai CSI.
3. untuk mendapatkan rekomendasi dan prioritas dalam perbaikan layanan Lazada berdasarkan hasil pengukuran E-Servqual.

3.1.3 Menentukan Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah metode *Electronic Service Quality (E-Servqual)*. Metode E-Servqual digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dengan membandingkan antara persepsi dan ekspektasi dari pelanggan terhadap layanan yang mereka gunakan. Metode ini juga dapat mengukur tingkat kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi E-Servqual, sehingga akan didapatkan *Gap/* kesenjangan dari nilai persepsi dan ekspektasi pelanggan.

Adapun dimensi yang digunakan pada metode E-servqual dalam penelitian ini terdiri dari 7 dimensi, yaitu: dimensi *Efficiency, Reability, Fulfillment, Responsive, Privacy, Compensation, dan Contact*.

3.1.4 Menentukan Data yang Dibutuhkan

Data dalam penelitian ini terbagi menjadi 2, yaitu:

1. Data *Primer*
Data primer merupakan data pokok yang diperoleh secara langsung dari

sumbernya, dalam penelitian ini data primer didapatkan dengan melakukan wawancara secara langsung kepada pihak yang terkait dengan penelitian yang dilakukan. pada penelitian Tugas Akhir ini yang menjadi narasumber wawancara adalah pelanggan *E-commerce* Lazada yang ada di Pekanbaru, selain itu data primer juga didapat melalui penyebaran kuesioner/angket terkait kualitas layanan Lazada kepada pelanggan Lazada yang dijadikan responden penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder dibutuhkan sebagai data pendukung dalam penelitian yang dilakukan, data sekunder ini merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, namun dapat membantu dan memberikan informasi pendukung dalam penelitian. Data sekunder pada penelitian ini dihasilkan dari studi pustaka berupa jurnal, artikel, *website* dan buku yang berkaitan dengan penelitian.

3.2 Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam Tugas Akhir ini dengan langkah sebagai berikut:

3.2.1 Menentukan Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna *E-commerce* Lazada yang ada di Kota Pekanbaru, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*, yaitu Teknik pengambilan sampel penelitian dengan melakukan pertimbangan khusus secara sengaja yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti, yang dianggap sesuai untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian Tugas Akhir ini (Deo dkk., 2017). Pertimbangan kriteria tertentu yang ditentukan dalam penelitian Tugas Akhir ini dalam pemilihan sampel penelitian, yaitu:

1. Pelanggan merupakan pengguna Lazada yang telah melakukan transaksi minimal 2 kali.
2. Berdomisili dikota Pekanbaru.

Karena populasi pengguna Lazada yang ada dikota Pekanbaru tidak diketahui jumlahnya secara pasti, maka rumus yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. Jumlah responden pada penelitian ini berdasarkan rumus *Lemeshow* (Levy dan Lemeshow, 2013) dapat dihitung dengan persamaan 3.1.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2} \quad (3.1)$$

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang dibutuhkan dapat dihitung sesuai dengan persamaan pada 3.2.

$$\text{Rumus : } n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = 96,04 \quad (3.2)$$

Dari hasil perhitungan *Lemeshow* diatas, dapat dilihat bahwa sampel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden, dan akan digenapkan menjadi 100 responden dalam penelitian ini.

3.2.2 Melakukan Wawancara dan Penyebaran Kuesioner

3.2.2.1 Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung pada narasumber yaitu pelanggan *E-commerce* Lazada untuk mengetahui masalah yang dihadapi terkait dengan *E-commerce* yang dapat dilihat pada Lampiran A. Pertanyaan yang diberikan merupakan pertanyaan yang berkaitan dengan *E-commerce* Lazada.

Selanjutnya dalam penyebaran kuesioner juga dilakukan wawancara singkat terhadap responden yang akan diberikan kuesioner penelitian, wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Wawancara ini dilakukan secara langsung kepada pengguna Lazada secara umum untuk mengetahui jumlah transaksi pengguna dan domisili dari pengguna yang akan menjadi responden penelitian.

3.2.2.2 Penyebaran Kuesioner

Penelitian Tugas Akhir ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner penelitian kepada pelanggan yang menggunakan *E-commerce* Lazada dan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Dalam penyebaran kuesioner peneliti akan menjelaskan tujuan penelitian secara ringkas dan menjelaskan cara pengisian kuesioner kepada pelanggan yang menjadi responden dalam penelitian Lazada ini. Kuesioner yang diajukan berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai kualitas layanan Lazada yang akan diukur untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna terhadap *E-commerce* tersebut.

Kuesioner penelitian ini berisikan daftar pertanyaan yang disusun dengan menerapkan skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pen-



dapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang variabel penelitian.

Jawaban setiap item instrument menggunakan skala *Likert* tipe 4 point yang dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1. Tabel Nilai Skala Likert

Skala Likert	Nilai
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Penyebaran kuesioner pada penelitian ini dilakukan secara langsung yang dibagikan terhadap 100 orang pengguna Lazada yang ada di Pekanbaru dengan kriteria responden yang telah ditentukan sebelumnya yaitu pengguna Lazada yang ada di Pekanbaru dengan minimal transaksi 2 kali dengan menggunakan Lazada.

3.2.3 Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mencari dan mengumpulkan berbagai sumber dari teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan. S-tudi pustaka ini didapat dari buku, jurnal, paper dan *literature-literature* lainnya yang sesuai dan mendukung penelitian. Data dalam penelitian ini juga didapat dari studi literatur website dan akun resmi Lazada, seperti *Play Store*, *Facebook*, dan *Website* Lazada.

3.3 Tahap Pengolahan Data

3.3.1 Uji Validitas dan Reabilitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap pernyataan yang digunakan dalam kuisioner penelitian yang dibuat. Suatu pernyataan dapat dinyatakan valid apabila nilai r hitung dari pernyataan tersebut lebih besar dari nilai r tabel yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian, sebaliknya jika nilai r hitung pernyataan lebih kecil dari nilai r tabel yang telah ditentukan maka pernyataan yang digunakan pada kuesioner penelitian tersebut dinyatakan tidak valid dan harus diubah atau dihilangkan. r tabel yang digunakan sebagai acuan nilai pada penelitian ini adalah 0,195 atau dengan taraf *signifikat* 5% untuk jumlah responden 100 orang.

Sedangkan pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap pertanyaan yang terdapat pada kuesioner penelitian yang digunakan dapat dikatakan *reliable* dan konsisten atau tidak dalam mengukur suatu alat ukur yang digunakan pada penelitian. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan perbandin-



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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gan antara *Corrected Item-toal Correlation* dengan *cronchbach alpha* yang telah ditentukan.

3.3.2 Perhitungan E-Servqual

Perhitungan yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode E-Servqual dan sesuai dengan rumus E-Servqual yang terdapat pada Bab II dengan langkah-langkah yang telah diuraikan pada Bab II tersebut. Hasil dari perhitungan E-Servqual dapat menentukan tingkat kualitas layanan *E-commerce* Lazada yang ditawarkan kepada pelanggan, salah satu hasil yang akan diketahui apakah pelanggan merasa puas atau tidak dengan layanan *E-commerce* yang disediakan oleh Lazada.

Berikut adalah hasil yang akan didapat dalam perhitungan E-Servqual:

1. Perhitungan E-Servqual per-dimensi dapat digunakan untuk mengetahui kualitas layanan pada tiap dimensi dari metode E-Servqual yang digunakan.
2. Perhitungan nilai *Gap* per-variabel, dari perhitungan nilai *Gap* per variabel akan dibuat kedalam bentuk grafik dan diagram kartesius dan untuk mengetahui prioritas perbaikan layanan.
3. Nilai TESQ yang merupakan nilai total E-Servqual akan menghasilkan identifikasi kualitas layanan yang dinerikan oleh Lazada apakah sudah memuaskan atau belum terhadap pelanggan.

3.3.3 Perhitungan Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau indeks kepuasan pelanggan dilakukan dengan langkah-langkah dan rumus yang ada di Bab II. Hasil dari perhitungan CSI dapat menentukan tingkat kepuasan dari pengguna. Nilai CSI dibagi dalam lima kriteria dari tidak puas hingga sangat puas.

3.4 Tahap Analisa dan Hasil

Pada tahap ini peneliti akan menganalisa hasil data yang diperoleh dari pengolahan data dengan analisa masalah sebagai berikut:

3.4.1 Analisis Nilai *Total Electronic Service Quality* (TESQ)

Hasil dari perhitungan E-Servqual yang didapat pada penelitian ini nantinya akan dapat menentukan tingkat kualitas layanan *E-commerce* Lazada yang dirasakan oleh pelanggan. Kemudian menganalisa hasil hingga mengetahui memuaskan atau tidaknya pelanggan yang didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai rata-rata TESQ yang didapat lebih besar dari 0 (> 0), hal ini berarti layanan yang diterima oleh pelanggan dari pihak Lazada sudah melampaui harapan pengguna dan pengguna merasa puas dengan layanan yang

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditawarkan, maka kualitas layanan dapat dikatakan sebagai kualitas layanan yang ideal.

2. Apabila Nilai rata-rata TESQ yang dihasilkan sama dengan 0 ($=0$), maka kualitas layanan yang ditawarkan dapat dikatakan baik dan memuaskan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.
3. Jika nilai TESQ yang didapatkan dari hasil perhitungan lebih kecil dari 0 (< 0), maka kualitas layanan yang diberikan oleh pihak Lazada dapat dikatakan buruk oleh. Hal ini diakrenakan apa yang diterima oleh pelanggan lebih rendah dari pada yang diharapkan oleh pelanggan terhadap pihak Lazada, yang berarti harapan yang dimiliki oleh pelanggan lebih tinggi dari pada yang dirasakan saat menggunakan layanan tersebut.

Setelah didapat total nilai E-Servqual secara keseluruhan, selanjutnya akan dilakukan analisa nilai tersebut berdasarkan kriteria tingkat kualitas nilai TESQ yang telah diuraikan. Apabila total nilai TESQ ≤ 0 maka kualitas layanan dapat dikatakan memuaskan, dan apabila nilai total TESQ bernilai negatif dan kurang dari (< 0) maka kualitas layanan dapat dikatakan tidak memuaskan bagi pengguna.

3.4.2 Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Dari hasil perhitungan data *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang telah didapat maka akan dilakukan analisis untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna *E-commerce* Lazada. Dari nilai yang didapat tersebut akan dilakukan analisis berdasarkan kriteria CSI pada Tabel 3.2

Tabel 3.2. Tabel Kriteria Nilai Customer Satisfaction Indeks (CSI)

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 - 1,00	Sangat Puas
0,66 - 0,80	Puas
0,51 - 0,65	Cukup Puas
0,35 - 0,50	Kurang Puas
0,00 - 0,34	Tidak Puas

Analisa CSI dilakukan berdasarkan pada kriteria nilai yang ada pada tabel kriteria nilai tersebut. Apabila nilai yang didapat diatas 0,51 maka pelanggan telah dianggap cukup puas dengan Layanan yang telah diterimanya. Namun, jika nilai CSI yang didapat dibawah 0,50 maka pelanggan merasa kurang dan tidak puas dengan apa yang telah diberikan oleh *E-commerce* Lazada.



3.4.3 Analisis Prioritas Perbaikan Layanan

Analisis prioritas perbaikan layanan didapatkan dari hasil perhitungan E-Servqual, yaitu *Gap* antara persepsi dan ekspektasi yang kemudian nilai E-Servqual tersebut akan dianalisa dengan menggunakan diagram Kartesius. Adapun hasil pengolahan data dalam bentuk diagram Kartesius tersebut digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan kualitas layanan yang perlu diperbaiki ataupun tidak dari tiap atribut dari *E-commerce* Lazada.

Analisa prioritas perbaikan layanan dilakukan dengan menganalisa hasil dari diagram kartesius berdasarkan pada kuadran yang telah didapatkan. Diagram Kartesius memiliki 4 kuadran sebagai berikut:

1. Kuadran A: diisi oleh atribut-atribut prioritas yang dianggap penting dan perlu diperbaiki.
2. Kuadran B: atribut prioritas yang dianggap penting dan perlu dipertahankan karena pelanggan dianggap telah terpuaskan dengan atribut yang ada pada kuadran ini.
3. Kuadran C: atribut yang ada pada kuadran C dianggap kurang penting dari atribut yang lainnya dengan tingkat kepuasan konsumen yang kurang memuaskan pelanggan.
4. Kuadran D: merupakan prioritas atribut pendukung yang kurang dianggap penting dari atribut lainnya tetapi memiliki tingkat kepuasan pelanggan sangat puas terhadap atribut yang ada pada kuadran D.

3.4.4 Rekomendasi

Analisa rekomendasi diberikan terhadap variabel pernyataan yang memiliki nilai negatif yang merupakan variabel pernyataan yang dianggap tidak memuaskan pengguna. Rekomendasi ini diberikan berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner yang telah dibagikan, hasil analisa perhitungan E-Servqual yang bernilai negatif akan mendapatkan rekomendasi perbaikan agar *E-commerce* Lazada dapat memberikan layanan sesuai dengan harapan pelanggan.

3.5 Tahap Dokumentasi

Pada tahap ini peneliti membuat dokumentasi hasil dari tahap penelitian dengan mengumpulkan hasil dari penelitian yang dilakukan sebelumnya mulai dari perencanaan, pengumpulan data, dan analisis data sehingga didapat kesimpulan dan saran penelitian. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah analisis perbaikan layanan *E-commerce* dan solusi alternative perhitungan gap kualitas layanan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dimasa yang akan datang yang didokumentasikan dalam bentuk Tugas Akhir pada UIN SUSKA Riau.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan pada penelitian Analisis kualitas layanan Lazada terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode E-Servqual maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kualitas layanan Lazada terhadap kepuasan pengguna berdasarkan hasil perhitungan *Total Electronic Service Quality* (TESQ) adalah sebesar 0,003 dengan nilai positif, yang berarti kualitas layanan Lazada dapat dikatakan “memuaskan” pengguna. Hasil memuaskan ini dapat dilihat berdasarkan 17 variabel pernyataan yang bernilai positif dari total 29 variabel pernyataan. Tingkat kualitas layanan Lazada yang memuaskan juga didukung oleh nilai CSI sebesar 0,82 atau 82%. Berdasarkan kriteria CSI nilai tersebut masuk kedalam kriteria CSI “sangat puas” dengan rentang nilai CSI 0,80-1,00. Dari hasil penilaian CSI tersebut dapat disimpulkan bahwa index kepuasan pengguna (pelanggan) *E-commerce* Lazada pada penelitian ini sangat puas dengan layanan yang telah diberikan.
2. Prioritas perbaikan layanan yang diutamakan adalah layanan pada Kuadran C. hal ini dikarenakan Kuadran C memiliki atribut atau variabel paling banyak diantara Kuadran yang lain dan banyaknya atribut yang bernilai negatif pada Kuadran C, sehingga dianggap Kurang memuaskan dalam memberikan layanan. Selain Kuadran C yang perlu diperbaiki, Kuadran A dan B juga dianggap penting dan harus ditingkatkan lagi untuk memberikan kualitas layanan yang lebih baik kedepannya. Adapun pernyataan yang bernilai negatif pada Kuadran C yang perlu diperbaiki adalah variabel pada pernyataan P7, P9,P12, P13,P16, P23, P24, P26, P28,dan P29.

5.2 Saran

Pada penelitian ini penulis menyadari masih memiliki banyak kekurangan baik dari segi penulisan, gagasan, maupun analisa yang dilakukan pada penelitian. Maka dari itu penulis dapat memberikan saran yang dapat dilakukan dalam penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Untuk peneliti selanjutnya, penulis berharap dapat menggunakan metode yang berbeda agar dapat membandingkan dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, atau dapat menggunakan metode yang sama namun dengan tempat studi kasus yang berbeda ataupun dengan penambahan

metode penelitian lebih dari satu metode.

Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan Teknik pengambilan sampling yang berbeda dari penelitian yang telah dilakukan agar hasil yang didapatkan lebih jelas dan *detail* dan dapat menggunakan sampel dengan jumlah populasi pastinya. Karena dengan Teknik pengambilan sampling yang berbeda dan sampel yang telah diketahui jumlah populasinya akan dapat mempengaruhi hasil penelitian yang dilakukan.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. A., dan Djatmiko, T. (2016). Pengaruh e-service quality terhadap e-customer satisfaction dan e-customer loyalty pada lazada. co. id. *eProceedings of Management*, 3(1).
- Amalia, L. I. (2019). Analisis elektronik service quality (e-servqual) untuk mengukur customer satisfaction index (csi) toko online shopee (studi kasus: Pelanggan toko online shopee). Dalam *Prosiding seminar nasional & call for paper* (hal. 309–315).
- Angraini, A., dan Hermaini, N. (2018). Analisis kualitas layanan opac terhadap kepuasan mahasiswa menggunakan metode e-servqual. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 4(1), 67–72.
- Astuti, D., dan Salisah, F. N. (2016). Analisis kualitas layanan e-commerce terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode e-servqual (studi kasus: Lejel home shopping pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(1), 44–49.
- Deo, P. G., Sanjaya, R., dan Gandajaya, L. (2017). Analisis kualitas layanan lazada dengan menggunakan metode e-servqual dan ipa. *JOURNAL OF ACCOUNTING AND BUSINESS STUDIES*, 2(11).
- Index, T. B. (n.d.). *Top brand index indonesia situs jual beli online*. Retrieved from www.topbrand-award.com
- Iprice. (n.d.). *10 e-commerce dengan pengunjung terbanyak 2018*. Retrieved from <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/10-e-commerce-dengan-jumlah-pengunjung-paling-banyak-2018-1551755636>
- Laurent, F. (2016). Pengaruh e-service quality terhadap loyalitas pelanggan go-jek melalui kepuasan pelanggan. *Agora*, 4(2), 95–100.
- Lokadata.id. (n.d.). *10 e-commerce dengan pengunjung terbanyak 2019*. Retrieved from <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-2019-1567846742>
- Norhermaya, Y. A., dan Soesanto, H. (2016). *Analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang (studi kasus online store lazada. co. id)* (Unpublished doctoral dissertation). Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Sastika, W. (2018). Analisis kualitas layanan dengan menggunakan e-service quality untuk mengetahui kepuasan pelanggan belanja online shoppe (studi kasus: Pelanggan shopee di kota bandung 2017). *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(2), 69–74.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tjiptono, d. C. G., F. (2016). *Service, quality dan satisfaction edisi 4*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

Tobagus, A. (2018). Pengaruh e-service quality terhadap e-satisfaction pada pengguna di situs tokopedia. *Agora*, 6(1).

Widyanita, F. A., dkk. (2018). Analisis pengaruh kualitas pelayanan e-commerce shopee terhadap kepuasan konsumen shopee indonesia pada mahasiswa fe uii pengguna shopee.





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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN A

HASIL WAWANCARA

Identitas Narasumber

Nama : D*** F****
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Usia : 22

1. Bagaimana anda mengetahui e-commerce Lazada ini?

Saya mengetahui lazada dari iklan dimedia sosial dan televisi.

2. Pernahkan anda melakukan pemesanan di Lazada, Sudah berapa kali anda berbelanja menggunakan Lazada?

Pernah, saya berbelanja menggunakan lazada 3kali transaksi.

3. Bagaimana pendapat anda saat menggunakan e-commerce Lazada tersebut? Cukup bagus bagi saya yang masih pemula dalam berbelanja menggunakan online shop.

4. Apa kendala/masalah yang anda rasakan saat berbelanja menggunakan Lazada? Jelaskan!

Saya tidak menemui permasalahan yang cukup signifikan saat berbelanja di lazada. Hanya saja beberapa kali saat saya mengakses Lazada untuk berbelanja online, saat memuat halaman nya Lazada memerlukan reload beberapa kali sampai barang yang saya inginkan dapat ditampilkan. Hal ini membuat saya kesal.

5. Apakah barang yang anda beli di Lazada sesuai dengan yang diharapkan?

Tidak, barang yang saya beli dilazada tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Ini mungkin karna harganya miring tapi untuk dibandingkan dengan online shop lainnya, saya pernah berbelanja dionline shop yang cukup terkenal, harga dan barang yang dijual disana cukup murah dan kualitas yang diberikannya tidak mengecewakan.

6. Apakah anda merasa puas dengan layanan yang disediakan oleh Lazada?

Untuk segi pelayanannya, saya cukup puas. Misalnya untuk barang yang sampai kesaya tidak terlalu lama dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan oleh pihak lazada.

7. Apa keluhan anda terhadap kualitas layanan dari Lazada tersebut?

Tidak ada keluhan yang terlalu signifikan. Tapi untuk seperti elektronik bagi saya dilazada sudah cukup bagus dibandingkan online shop lainnya namun seperti barang primer/sekunder lainnya yang dijual di lazada tidak terlalu banyak pilihannya, menurut saya.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Apa alasan anda memilih untuk menggunakan Lazada dalam melakukan transaksi belanja online ini?

Untuk bisa menghemat waktu, dengan menggunakan online shop misalnya lazada ini, kita cukup menggunakan gadget yang kita gunakan sehari dan sekaligus mencari barang apa yang kita inginkan dan juga menggunakan online shop bisa membantu mencari barang yang susah dicari di toko offline serta banyak diskon yang diberikan oleh toko online di platform online shop tersebut.

9. Bagaimana harapan anda terhadap kualitas layanan Lazada untuk kedepannya?

Semoga online shop lazada lebih banyak memasukkan produk yang lebih bervariasi lagi serta lebih murah tapi tidak murahan serta dapat terhindar dari penipuan akun jualan palsu.

Identitas Narasumber

Nama : M. R*****
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Usia : 22

1. Bagaimana anda mengetahui e-commerce Lazada ini?
 Saya mengetahui e-commerce lazada ini berawal dari teman saya yang belanja online melalui lazada
2. Pernahkan anda melakukan pemesanan di Lazada, Sudah berapa kali anda berbelanja menggunakan Lazada?
 Saya menggunakan atau belanja di lazada kemungkinan udah beberapa kali atau mungkin sudah 15 kali.
3. Bagaimana pendapat anda saat menggunakan e-commerce Lazada tersebut?
 Untuk sekarang sih sudah bagus karena pembayarannya sudah menggunakan verifikasi otomatis, juga pembayarannya sudah menggunakan aplikasi bayar seperti DANA ataupun melalui merchant belanja seperti alfamart maupun indomaret
4. Apa kendala/masalah yang anda rasakan saat berbelanja menggunakan Lazada? Jelaskan!
 Kendalanya mungkin pada saat pengiriman barang yang tidak sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan, serta informasi barang yang kurang update di aplikasi Lazada
5. Apakah barang yang anda beli di Lazada sesuai dengan yang diharapkan?
 Selama saya berbelanja online, barang yang diterima ada yang sesuai dengan yang diharapkan dan ada juga yang tidak sesuai dengan yang diharap-



kan, karena deskripsi yang ditulis tidak sesuai dengan barang yang diterima. Apakah anda merasa puas dengan layanan yang disediakan oleh Lazada?

Saya merasa puas dengan layanan lazada

7. Apa keluhan anda terhadap kualitas layanan dari Lazada tersebut?

Keluhan saya mungkin berbeda harga pada e-commerce lain, kemudian dalam hal pengiriman saja

8. Apa alasan anda memilih untuk menggunakan Lazada dalam melakukan transaksi belanja online ini?

Alasan saya menggunakan lazada, karena lazada memberikan banyak voucher dan promo yang menarik untuk seriap user nya.

9. Bagaimana harapan anda terhadap kualitas layanan Lazada untuk kedepannya?

Untuk kedepannya mungkin lebih meningkatkan layanannya saja

Identitas Narasumber

Nama : T***** A*****

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 22

1. Bagaimana anda mengetahui e-commerce Lazada ini?

Saya mengetahui Lazada dari media sosial dan iklan yang ditayangkan di televisi.

2. Pernahkan anda melakukan pemesanan di Lazada, Sudah berapa kali anda berbelanja menggunakan Lazada?

Pernah, saya pernah berbelanja diLazada lebih kurang 2 kali.

3. Bagaimana pendapat anda saat menggunakan e-commerce Lazada tersebut?

Saat menggunakan Lazada, saya merasa Lazada sudah cukup bagus karena mudah digunakan.

4. Apa kendala/masalah yang anda rasakan saat berbelanja menggunakan Lazada? Jelaskan!,

Kendala yg dirasakan mungkin tidak ada, tapi permasalahan yg dialami saat belanja di lazada yaitu banyaknya kasus penipuan yg terjadi di lazada, banyak toko yg tidak sesuai dengan ekspetasi pembeli, butuh ketelitian lebih untuk membeli barang di lazada.

5. Apakah barang yang anda beli di Lazada sesuai dengan yang diharapkan?

Dari 2 kali transaksi yg dilakukan, barang yg dibeli sesuai yg diharapkan

6. Apakah anda merasa puas dengan layanan yang disediakan oleh Lazada?

saya merasa cukup puas dengan layanan yang disediakan oleh Lazada ketika menggunakannya.

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Apa keluhan anda terhadap kualitas layanan dari Lazada tersebut?
Banyaknya penipuan diLazada dan barang yang dipesan kadang tidak sesuai dengan yang diharapkan.
8. Apa alasan anda memilih untuk menggunakan Lazada dalam melakukan transaksi belanja online ini?
Alasan saya menggunakan Lazada adalah banyaknya promo yang disediakan Lazada yang membuat saya tertarik untuk menggunakannya.
9. Bagaimana harapan anda terhadap kualitas layanan Lazada untuk kedepannya?
Harapannya semoga tidak ada lagi terjadi penipuan ataupun tidak kesesuaian barang yang dipesan

Identitas Narasumber

Nama : P*** D*****
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Usia : 24

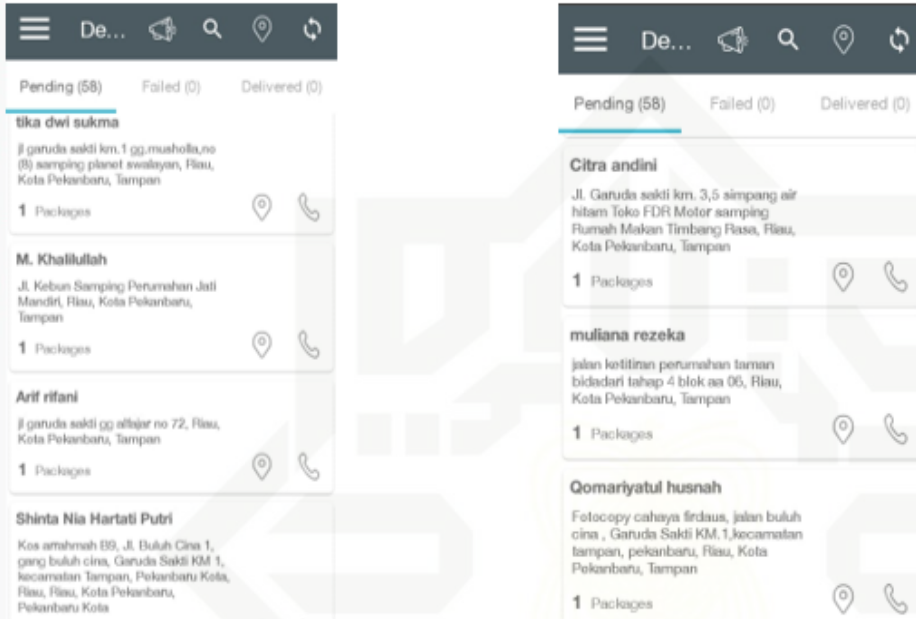
1. Bagaimana anda mengetahui e-commerce Lazada ini? Media Sosial/Iklan
2. Pernahkan anda melakukan pemesanan di Lazada, Sudah berapa kali anda berbelanja menggunakan Lazada? Pernah, Lebih Kurang 4x
3. Bagaimana pendapat anda saat menggunakan e-commerce Lazada tersebut?
Menurut saya pelayanan dan produk-produk yang ditawarkan cukup bagus.
4. Apa kendala/masalah yang anda rasakan saat berbelanja menggunakan Lazada? Jelaskan!, Kendala yg dirasakan sejauh ini mungkin tidak ada, tetapi sebagai pembeli kita harus teliti dan cermat untuk memilah produk yang asli atau pun penipuan.
5. Apakah barang yang anda beli di Lazada sesuai dengan yang diharapkan?
Dari beberapa transaksi yg saya lakukan, barang yg dibeli sesuai yg diharapkan dan kurir nya pun sopan dan ramah.
6. Apakah anda merasa puas dengan layanan yang disediakan oleh Lazada?
cukup puas
7. Apa keluhan anda terhadap kualitas layanan dari Lazada tersebut? kendala yang dirasakan dari segi layanan adalah fitur searching yang tidak sesuai dengan apa yang dicari.
8. Apa alasan anda memilih untuk menggunakan Lazada dalam melakukan transaksi belanja online ini? Promosinya dan ongkir yang dikenakan pun cukup ringan.
9. Bagaimana harapan anda terhadap kualitas layanan Lazada untuk kedepannya? Harapannya semoga tidak ada lagi terjadi penipuan kedepannya

LAMPIRAN B

DOKUMENTASI

Data Pelanggan

Dokumentasi data pelanggan berisikan foto-foto data pelanggan Lazada yang telah didapat dari pihak ketiga. yang dapat dilihat pada Gambar B.1



Gambar B.1. Bukti Data Pelanggan Lazada

Dokumentasi Pelanggan Lazada

Berikut merupakan dokumentasi dari pelanggan Lazada saat melakukan pengisian kuesioner penelitian. yang dapat dilihat pada Gambar B.2



Gambar B.2. Dokumentasi Pengisian Kuesioner oleh Pelanggan Lazada

- 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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN C

IDENTIFIKASI MASALAH

Identifikasi masalah pada penelitian ini di dapatkan dari rangkuman keluhan pelanggan yang dikirimkan oleh pelanggan yang memiliki masalah terhadap e-commerce Lazada yang digunakan melalui surat terbuka pada website mediakonsumen.com dengan domain <https://mediakonsumen.com/tag/lazada> ini berisikan keluhan mengenai ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh lazada. Berikut ini merupakan keluhan yang banyak diterima oleh pelanggan Lazada yang terdapat pada mediakonsumen.com, dapat dilihat pada Tabel C.1

Tabel C.1. Identifikasi Masalah

Tanggal	Pelanggan	Masalah
21/12/20	S*****	proses pengembalian barang return berjalan sangat lambat
5/1/21	A*****	Pengiriman barang yang lambat dari bagian store eiger
4/11/2020	H***** T*****	Pengembalian dana refund yang sulit dan memakan waktu yang lama
22/10/2020	D*****	Lamanya proses refund dana yang terjadi pada lazada
20/10/2020	H***	Estimasi Return barang yang memakan waktu terlalu lama yang dilakukan oleh seller center
16/10/2020	A****	keterlambatan pengembalian dana karena kerusakan produk yang diterima
6/10/2020	M*** P*****	Refund dana yang telah dilakukan tidak diproses
18/8/2020	S*****	Terjadinya kesalahan pengiriman barang, barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang dipesan pada laman e-commerce
14/8/2020	J***** L**	barang yang dikirim tidak sesuai dengan estimasi waktu yang telah ditentukan di Lazada
24/7/2020	R***** S*****	lambatnya respon customer service terhadap keluhan pelanggan dan sulitnya proses refund barang yang dilakukan oleh pelanggan diLazada
13/7/2020	N***** S*****	Sulitnya proses pembatalan barang yang dipesan oleh pelanggan
30/5/2020	R**** K*****	Keluhan dan masalah dari pelanggan kurang di tanggap dengan baik oleh lazada
29/5/2020	I**** S*****	Customer Service (CS) lazada kurang tanggap dalam menyelesaikan keluhan dan masalah yang dihadapi oleh pelanggan

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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Penulis adalah Melisa Saskia lahir di Batu Belah pada tanggal 31 Juli 1997. Penulis merupakan anak dari Ibu Khaiyar dan Bapak Masdiar. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Penulis memiliki dua saudara laki-laki. Penulis besar dan tinggal di Batu Belah- Kampar. Penulis memulai sekolah di SD Muhammadiyah 017 Batu Belah pada tahun 2003-2009. Setelah tamat dari Sekolah Dasar penulis melanjutkan sekolah di MTS Mu'allimin Muhammadiyah Bangkinang pada tahun 2009-2012. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Kampar pada tahun 2012-2015. Setelah menyelesaikan pendidikannya di SMA Negeri 1 Kampar, penulis melanjutkan pendidikannya di jenjang perkuliahan pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA) di Fakultas Sains dan Teknologi Prodi Sistem Informasi pada tahun 2015. Pada saat duduk dibangku perkuliahan penulis mengikuti kegiatan yang diadakan oleh jurusan. Adapun kegiatan yang pernah diikuti oleh penulis adalah menjadi peserta dan panitia dalam Kemah Bakti Mahasiswa Sistem Informasi dan menjadi panitia dalam pelaksanaan Passion Techno tahun 2017.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU