

## DAFTAR ISI

|  |           |
|--|-----------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b>   |           |
| <b>ABSTRAK</b>   |           |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>i</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>iv</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>   | <b>vi</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>x</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>   | <b>xi</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....                                   | 1         |
| 1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....                            | 12        |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah.....                                      | 12        |
| 1.2.2 Rumusan Masalah.....   | 12        |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....   | 13        |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....  | 13        |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....  | 13        |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....   | 13        |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....</b> | <b>14</b> |
| 2.1 Kajian Pustaka.....  | 14        |
| 2.1.1 Teori Ilmu Manajemen .....                                     | 14        |
| 2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....                                   | 14        |
| 2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen .....                                | 15        |
| 2.1.1.3 Unsur-Unsur Manajemen .....                                  | 16        |
| 2.1.2 Kajian Manajemen Pemasaran.....                                | 16        |
| 2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....                          | 16        |
| 2.1.2.2 Tujuan Manajemen Pemasaran.....                              | 17        |
| 2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran .....                             | 18        |
| 2.1.2.4 Manajemen Pemasaran di Era 4.0 .....                         | 19        |
| 2.1.2.5 Perilaku Konsumen.....                                       | 20        |
| 2.1.2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....                          | 20        |
| 2.1.2.5.2 Jenis Perilaku Konsumen.....                               | 21        |
| 2.1.2.5.3 Pengaruh yang Mendasari Perilaku Konsumen .....            | 22        |
| 2.1.3 Kajian Variabel yang Diteliti.....                             | 22        |
| 2.1.3.1 <i>Website Quality</i> 4.0.....                              | 22        |
| 2.1.3.1.1 Pengertian <i>Website Quality</i> 4.0.....                 | 22        |
| 2.1.3.1.2 Perkembangan <i>Website Quality</i> .....                  | 24        |
| 2.1.3.1.3 Indikator <i>Website Quality</i> 4.0.....                  | 25        |
| 2.1.3.2 <i>User Satisfaction</i> .....                               | 28        |
| 2.1.3.2.1 Pengertian <i>User Satisfaction</i> .....                  | 28        |
| 2.1.3.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....                  | 28        |
| 2.1.3.2.3 Indikator Kepuasan.....                                    | 29        |
| 2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....                        | 31        |
| 2.2 Kerangka Pemikiran .....   | 33        |

|   |  |            |
|---|--|------------|
| 2.3   | Hipotesis Penelitian .....   | 34         |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>              |  | <b>36</b>  |
| 3.1   | Metode Penelitian yang Digunakan.....  | 36         |
| 3.2   | Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....   | 36         |
| 3.2.1   | Definisi Variabel.....   | 36         |
| 3.2.2   | Operasionalisasi Variabel .....  | 38         |
| 3.3   | Populasi dan Sampel Penelitian.....  | 39         |
| 3.3.1   | Populasi.....  | 39         |
| 3.3.2   | Sampel .....   | 39         |
| 3.4   | Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....   | 40         |
| 3.4.1   | Sumber Data .....  | 40         |
| 3.4.2   | Teknik Pengumpulan Data.....   | 41         |
| 3.5   | Teknik Analisis Data .....   | 42         |
| 3.6   | Tempat dan Waktu Penelitian.....   | 45         |
| 3.6.1   | Tempat Penelitian .....  | 45         |
| 3.6.2   | Waktu Penelitian.....  | 45         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> |  | <b>47</b>  |
| 4.1   | Hasil Penelitian.....  | 47         |
| 4.1.1   | Gambaran Umum Objek Penelitian .....   | 47         |
| 4.1.1.1   | Profil Singkat Lazada .....  | 47         |
| 4.1.1.2   | Visi dan Misi Lazada.....  | 48         |
| 4.1.1.3   | Struktur Organisasi Lazada .....   | 48         |
| 4.1.1.4   | Profil Singkat Kecamatan Baregbeg Kabupaten<br>Ciamis.....   | 53         |
| 4.1.2   | Karakteristik Responden.....   | 54         |
| 4.1.3   | Deskripsi Variabel yang Diteliti .....   | 59         |
| 4.1.3.1   | <i>Website Quality</i> 4.0 yang Digunakan Lazada .....   | 59         |
| 4.1.3.2   | <i>User Satisfaction</i> Pengguna <i>Website</i> Lazada di<br>Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis.....   | 76         |
| 4.1.4   | Hasil Pengujian Hipotesis.....   | 99         |
| 4.1.4.1   | Pengaruh <i>Website Quality</i> 4.0 Terhadap <i>User<br/>Satisfaction</i> pada Pengguna <i>Website</i> Lazada di<br>Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis..... | 99         |
| 4.2   | Pembahasan .....   | 106        |
| 4.2.1   | <i>Website Quality</i> 4.0 yang Digunakan Lazada di Kecamatan<br>Baregbeg Kabupaten Ciamis .....   | 106        |
| 4.2.2   | <i>User Satisfaction</i> Pengguna <i>Website</i> Lazada di Kecamatan<br>Baregbeg Kabupaten Ciamis .....  | 108        |
| 4.2.3   | Pengaruh <i>Website Quality</i> 4.0 Terhadap <i>User Satisfaction</i> pada<br>Pengguna <i>Website</i> Lazada di Kecamatan Baregbeg Kabupaten<br>Ciamis ..... | 110        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>               |  | <b>111</b> |
| 5.1   | Simpulan.....  | 111        |
| 5.2   | Saran .....  | 111        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                         |  | <b>113</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                            |  |            |

## DAFTAR TABEL

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 1.1  | Komparasi <i>Brand Index</i> Kategori Situs Jual Beli <i>Online</i> Tahun 2018-2022.....   | 2  |
| Tabel 1.2  | Kuesioner Pra Survey <i>Users Satisfaction</i> Kepada Pengguna <i>Website</i> Lazada di Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis..... | 9  |
| Tabel 2.1  | Penelitian Terdahulu .....   | 31 |
| Tabel 3.1  | Operasionalisasi Variabel .....  | 38 |
| Tabel 3.2  | Skala Likert .....   | 42 |
| Tabel 3.3  | Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....   | 43 |
| Tabel 3.4  | Jadwal Penelitian.....   | 45 |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....  | 54 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....  | 55 |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....  | 55 |
| Tabel 4.4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku ...  | 56 |
| Tabel 4.5  | Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Menggunakan Lazada di Bandingkan <i>Marketplace</i> Lain .....               | 57 |
| Tabel 4.6  | Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan <i>Marketplace</i> Selain Lazada .....  | 57 |
| Tabel 4.7  | Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Lama Menggunakan <i>Website</i> Lazada.....   | 58 |
| Tabel 4.8  | Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi di Lazada .....  | 59 |
| Tabel 4.9  | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen menemukan situs Lazada mudah dipelajari untuk dioperasikan.....                            | 59 |
| Tabel 4.10 | Tanggapan Responden Mengenai Interaksi Konsumen dengan Situs Lazada Jelas dan Dapat Dimengerti .....                             | 60 |
| Tabel 4.11 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Menemukan Situs Lazada Mudah Dinavigasi.....   | 61 |
| Tabel 4.12 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa Situs Lazada Mudah Digunakan .....  | 61 |
| Tabel 4.13 | Tanggapan Responden Mengenai Situs Lazada Memiliki Tampilan yang Menarik .....   | 62 |
| Tabel 4.14 | Tanggapan Responden Mengenai Desain Lazada Sesuai Dengan Jenis Situs .....   | 63 |
| Tabel 4.15 | Tanggapan Responden Mengenai Situs Lazada Menyampaikan Rasa Kompetensi.....  | 63 |
| Tabel 4.16 | Tanggapan Responden Mengenai Situs Lazada Menciptakan Pengalaman Positif Bagi Konsumen .....                                     | 64 |
| Tabel 4.17 | Tanggapan Responden Mengenai <i>Website</i> Lazada Memberikan Informasi yang Akurat .....  | 65 |
| Tabel 4.18 | Tanggapan Responden Mengenai <i>Website</i> Lazada Memberikan Informasi yang Dapat Dipercaya.....                                | 65 |
| Tabel 4.19 | Tanggapan Responden Mengenai <i>Website</i> Lazada Memberikan Informasi Tepat Waktu .....  | 66 |
| Tabel 4.20 | Tanggapan Responden Mengenai <i>Website</i> Lazada Memberikan Informasi yang Relevan .....                                       | 67 |

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 4.21 | Tanggapan Responden Mengenai <i>Website</i> Lazada Memberikan Informasi yang Mudah Dipahami .....   | 67 |
| Tabel 4.22 | Tanggapan Responden Mengenai <i>Website</i> Lazada Memberikan Informasi pada Tingkat Detail yang Tepat.....   | 68 |
| Tabel 4.23 | Tanggapan Responden Mengenai <i>Website</i> Lazada Menyajikan Informasi Dalam Format yang Sesuai.....   | 69 |
| Tabel 4.24 | Tanggapan Responden Mengenai <i>Website</i> Lazada Memiliki Reputasi yang Baik.....   | 69 |
| Tabel 4.25 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa Aman untuk Menyelesaikan Transaksi pada <i>website</i> Lazada.....   | 70 |
| Tabel 4.26 | Tanggapan Responden Mengenai Informasi Pribadi Konsumen Terasa Aman pada <i>website</i> Lazada .....  | 71 |
| Tabel 4.27 | Tanggapan Responden Mengenai Lazada Menciptakan Rasa Personalisasi .....  | 71 |
| Tabel 4.28 | Tanggapan Responden Mengenai Lazada Meyampaikan Rasa Komunitas .....  | 72 |
| Tabel 4.29 | Tanggapan Responden Mengenai <i>Website</i> Lazada Memudahkan Untuk Berkomunikasi Dengan Perusahaan.....  | 72 |
| Tabel 4.30 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa Yakin Bahwa Barang/Jasa Akan Dikirimkan Sesuai Dengan yang Dijanjikan.....   | 73 |
| Tabel 4.31 | Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel <i>Website Quality</i> 4.0 pada <i>Website Marketplace</i> Lazada.....  | 74 |
| Tabel 4.32 | Pedoman interpretasi variabel <i>website quality</i> 4.0.....   | 76 |
| Tabel 4.33 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa Puas Dengan Kualitas <i>Website</i> Lazada Karena Sesuai/Melebihi Dengan yang Diharapkan.....  | 76 |
| Tabel 4.34 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa Puas Dengan Berbagai Jenis Produk yang Ditawarkan Lazada Karena Sesuai/Melebihi Dengan yang Diharapkan .....   | 77 |
| Tabel 4.35 | Tanggapan Responden Mengenai Setelah Membeli Produk dari Lazada, Konsumen Merasa Puas Karena Produk yang Diperoleh Sesuai/Melebihi Dengan yang Diharapkan.....  | 78 |
| Tabel 4.36 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa Puas Dengan Kualitas Pelayanan yang Diberikan Sesuai/Melebihi Dengan yang Diharapkan.....  | 79 |
| Tabel 4.37 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa Puas Dengan Fitur <i>Website</i> Lazada (Seperti Fitur Metode Pembayaran, Ekspedisi, dll) Karena Sesuai /Melebihi yang Diharapkan .....                            | 79 |
| Tabel 4.38 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa Puas Dengan <i>Voucher</i> Diskon, Gratis Ongkir dan <i>Chasback</i> yang Diberikan Lazada Karena Sesuai/Melebihi yang Diharapkan .....                            | 80 |
| Tabel 4.39 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa Puas Dengan Adanya Produk Resmi dari Merek-Merek Terkenal yang Ada di Lazmall (Lazada Mall) dan Terjamin 100% Original Karena Sesuai/Melebihi yang Diharapkan..... | 81 |

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 4.40 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Berminat Mengunjungi dan Menggunakan Kembali <i>Website</i> Lazada untuk Bertransaksi <i>Online</i> Karena <i>Website</i> Lazada Sangat Berkualitas .   | 82 |
| Tabel 4.41 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Berminat Mengunjungi dan Menggunakan Kembali <i>Website</i> Lazada untuk Bertransaksi <i>Online</i> Karena Produk yang Ditawarkan Lazada Sangat Beragam.....  | 83 |
| Tabel 4.42 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Berminat Mengunjungi dan Menggunakan Kembali <i>Website</i> Lazada untuk Bertransaksi <i>Online</i> Karena Nilai dan Manfaat yang Diperoleh Setelah Mendapatkan Produk.....   | 83 |
| Tabel 4.43 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Berminat Mengunjungi dan Menggunakan Kembali <i>Website</i> Lazada untuk Bertransaksi <i>Online</i> Karena Pelayanan yang Diberikan Lazada Sangat Memuaskan .....   | 84 |
| Tabel 4.44 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Berminat Mengunjungi dan Menggunakan Kembali <i>Website</i> Lazada untuk Bertransaksi <i>Online</i> Karena Fitur yang Disediakan Lazada Sangat Lengkap/Memadai Sesuai Dengan Kebutuhan .....                                | 85 |
| Tabel 4.45 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Berminat Mengunjungi dan Menggunakan Kembali <i>Website</i> Lazada untuk Bertransaksi <i>Online</i> Karena Konsumen Merasa Puas Dengan <i>Voucher</i> Diskon, Gratis Ongkir dan <i>Chasback</i> yang Diberikan ...          | 86 |
| Tabel 4.46 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Berminat Mengunjungi dan Menggunakan Kembali <i>Website</i> Lazada untuk Bertransaksi <i>Online</i> Karena Produk yang Tersedia di Lazmall Merupakan Produk Resmi dari Merek-Merek Terkenal dan Terjamin 100% Original..... | 87 |
| Tabel 4.47 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Berminat Mengunjungi dan Menggunakan Kembali <i>Website</i> Lazada untuk Bertransaksi <i>Online</i> Setelah Melihat Iklan Lazada “Pengiriman Cepat & Gratis Ongkir”.....  | 88 |
| Tabel 4.48 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Bersedia Merekomendasikan <i>Website</i> Lazada Kepada Teman, Keluarga, Kerabat dan yang Lainnya untuk Keperluan Jual-Beli <i>Online</i> Karena <i>Website</i> Lazada Sangat Berkualitas.....                               | 88 |
| Tabel 4.49 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Bersedia Merekomendasikan <i>Website</i> Lazada Kepada Teman, Keluarga, Kerabat dan yang Lainnya untuk Keperluan Jual-Beli <i>Online</i> Karena Produk yang Ditawarkan Lazada Sangat Beragam .....                          | 89 |
| Tabel 4.50 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Bersedia Merekomendasikan <i>Website</i> Lazada Kepada Teman, Keluarga, Kerabat dan yang Lainnya untuk Keperluan Jual-Beli <i>Online</i> Karena Nilai dan Manfaat yang Diperoleh Setelah Mendapatkan Produk .....           | 90 |

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 4.51 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Bersedia Merekomendasikan <i>Website</i> Lazada Kepada Teman, Keluarga, dan Kerabat dan yang Lainnya untuk Keperluan Jual-Beli <i>Online</i> Karena Pelayanan yang Diberikan Lazada Memuaskan .....  | 91 |
| Tabel 4.52 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Bersedia Merekomendasikan Website Lazada Kepada Teman, Kerabat dan yang Lainnya untuk keperluan Jual-beli <i>Online</i> Karena Fitur yang Tersedia di <i>Website</i> Lazada Sangat lengkap/memadai sesuai dengan kebutuhan.....                                  | 92 |
| Tabel 4.53 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Bersedia Merekomendasikan <i>Website</i> Lazada kepada teman, keluarga, kerabat dan yang lainnya untuk keperluan jual-beli <i>online</i> karena saya merasa puas dengan <i>voucher</i> diskon, gratis ongkir dan <i>chasback</i> yang diberikan .....            | 93 |
| Tabel 4.54 | Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Bersedia Merekomendasikan <i>website</i> Lazada kepada teman, keluarga, kerabat dan yang lainnya untuk keperluan jual-beli <i>online</i> karena produk yang tersedia di Lazmall merupakan produk resmi dari merek-merek terkenal dan terjamin 100% original..... | 94 |
| Tabel 4.55 | Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel <i>User Satisfaction</i> pada <i>Website Marketplace</i> Lazada .....  | 95 |
| Tabel 4.56 | Pedoman interpretasi variabel <i>website quality 4.0</i> .....   | 98 |
| Tabel 4.57 | Data Variabel <i>Website Quality 4.0</i> dan <i>User Satisfaction</i> .....  | 99 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Gambar 1.1 | Jumlah Pengunjung <i>Website</i> Lazada Tahunan dari Tahun 2018-2021 ..... | 3  |
| Gambar 2.1 | Paradigma Penelitian .....   | 34 |
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi Lazada Group .....                                     | 48 |

## LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan Bimbingan Penelitian
- Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian dari Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Ciamis
- Lampiran 3 Surat Ijin Penelitian dari Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis
- Lampiran 4 Kuesioner Permohonan Penelitian
- Lampiran 5 Ulasan Pengguna *Marketplace* Lazada Bulan April – Juni 2023
- Lampiran 6 Hasil Angket *Website Quality 4.0* dan *User Satisfaction*