

**PENGARUH TAMPILAN FITUR DAN KENYAMANAN
BERBELANJA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

**(Studi Pada Pelanggan LAZADA Di Desa Puloerang Kec. Lakkok Kab.
Ciamis)**

DRAFT SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Oleh :

ANDI HARDIANSYAH

NIM : 3402180191



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI – UNIVERSITAS GALUH
2022**

ABSTRAK

**Andi Hardiansyah, Nim. 3402180191 “Pengaruh Tampilan Fitur dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan LAZADA Di Desa Puloerang Kec. Laktok Kab. Ciamis)”.
Dibawah Bimbingan Dr. Apri Budianto, M.M. (Pembimbing I), Dan Nina Herlina, Ir., M.M (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Tampilan Fitur dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan LAZADA Di Desa Puloerang Kec. Laktok Kab. Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1] pengaruh tampilan fitur terhadap kepuasan pelanggan pengguna situs jual-beli online lazada di Desa Puloerang Kec. Laktok Kab. Ciamis?; 2] Bagaimana pengaruh kenyamanan berbelanja terhadap kepuasan pelanggan pengguna situs jual-beli online lazada di Desa Puloerang Kec. Laktok Kab. Ciamis?; 3] Bagaimana pengaruh tampilan fitur dan kenyamanan berbelanja terhadap kepuasan pelanggan pengguna situs jual-beli online lazada di Desa Puloerang Kec. Laktok Kab. Ciamis?. Adapun tujuan ini untuk mengetahui dan menganalisis: 1] pengaruh tampilan fitur terhadap kepuasan pelanggan pengguna situs jual-beli online lazada di Desa Puloerang Kec. Laktok Kab. Ciamis; 2] pengaruh kenyamanan berbelanja terhadap kepuasan pelanggan pengguna situs jual-beli online lazada di Desa Puloerang Kec. Laktok Kab. Ciamis; 3] pengaruh tampilan fitur dan kenyamanan berbelanja terhadap kepuasan pelanggan pengguna situs jual-beli online lazada di Desa Puloerang Kec. Laktok Kab. Ciamis.

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang dipilih adalah sebanyak 79 pengguna Lazada di Desa Puloerang Kec. Laktok Kab. Ciamis. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis koefisien korelasi, determinasi, regresi linier sederhana dan berganda dan uji Hipotesis menggunakan Uji signifikansi (Uji t dan Uji F).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: 1] Tampilan fitur berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lazada; 2] Kenyamanan berbelanja berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lazada; 3] 3) Tampilan fitur dan kenyamanan berbelanja berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lazada. Maka Sebaiknya pihak Lazada dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan tampilan fitur dan meningkatkan kenyamanan saat berbelanja.

Kata Kunci: Tampilan Fitur, Kenyamanan Berbelanja, Kepuasan Pelanggan

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

| | |
|---|-------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah | 6 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah..... | 6 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 8 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 8 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN | |
| HIPOTESIS | 9 |
| 2.1 Kajian Pustaka..... | 9 |
| 2.1.1 Ilmu Manajemen..... | 9 |
| 2.1.1.1 Pengertian Manajemen | 9 |
| 2.1.1.2 Tingkatan Manajemen | 10 |

| | |
|---|----|
| 2.1.1.3 Fungsi-fungsi Manajemen | 11 |
| 2.1.1.4 Bidang Manajemen | 12 |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran | 14 |
| 2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran | 14 |
| 2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran | 15 |
| 2.1.2.3 Lingkup Pemasaran..... | 16 |
| 2.1.2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 17 |
| 2.1.3 Tampilan Fitur | 19 |
| 2.1.3.1 Pengertian Tampilan Fitur | 19 |
| 2.1.3.2 Dimensi Fitur | 19 |
| 2.1.3.3 Indikator-indikator Fitur | 20 |
| 2.1.4 Kenyamanan Berbelanja | 20 |
| 2.1.4.1 Pengertian Kenyamanan Berbelanja | 20 |
| 2.1.4.2 Ukuran Kenyamanan <i>Online</i> | 21 |
| 2.1.4.3 Indikator Kenyamanan Belanja <i>Online</i> | 22 |
| 2.1.5 Kepuasan Pelanggan | 23 |
| 2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan..... | 23 |
| 2.1.5.2 Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan..... | 24 |
| 2.1.5.3 Pengukuran Kepuasan..... | 25 |
| 2.1.5.4 Indikator Kepuasan Pelanggan | 27 |
| 2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan..... | 27 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran | 30 |
| 2.2.1 Pengaruh Tampilan Fitur Terhadap Kepuasan Pelanggan | 30 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.2 Pengaruh Kenyamanan Berbelanja Terhadap Kepuasan Pelanggan | 31 |
| 2.2.3 Pengaruh Tampilan Fitur dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Kepuasan Pelanggan | 32 |
| 2.3 Hipotesis | 33 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 35 |
| 3.1 Metode Penelitian yang digunakan | 35 |
| 3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel | 36 |
| 3.2.1 Definisi Variabel | 36 |
| 3.2.2 Operasionalisasi Variabel | 36 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 38 |
| 3.3.1 Populasi | 38 |
| 3.3.2 Sampel | 38 |
| 3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| 3.4.1 Sumber Data | 40 |
| 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| 3.5 Teknik Analisis Data | 41 |
| 3.6 Tempat dan Waktu Penelitian | 48 |
| 3.6.1 Tempat Penelitian | 48 |
| 3.6.2 Waktu Penelitian | 48 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 49 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 49 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 49 |
| 4.1.1.1 Profil Singkat Lazada | 49 |

| | |
|--|-----|
| 4.1.1.2 Logo Lazada | 50 |
| 4.1.1.3 Visi dan Misi Lazada..... | 51 |
| 4.1.1.4 Tampilan Lazada | 52 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden..... | 52 |
| 4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti..... | 54 |
| 4.1.3.1 Deskripsi Tentang Tampilan Fitur Lazada | 55 |
| 4.1.3.2 Deskripsi Tentang Kenyamanan Belanja di Lazada | 64 |
| 4.1.3.3 Deskripsi Tentang Kepuasan Pelanggan Lazada | 74 |
| 4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis | 86 |
| 4.1.4.1 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Tampilan Fitur Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada..... | 86 |
| 4.1.4.2 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Kenyamanan Berbelanja Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada..... | 93 |
| 4.1.3.3 Hasil Penelitian Tentang Tampilan Fitur dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada | 100 |
| 4.2 Pembahasan | 109 |
| 4.2.1 Pengaruh Tampilan Fitur Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Lazada | 109 |
| 4.2.2 Pengaruh Kenyamanan Berbelanja Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Lazada..... | 110 |
| 4.2.3 Pengaruh Tampilan Fitur dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Lazada | 112 |

| | |
|---------------------------------------|------------|
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 115 |
| 5.1 Simpulan..... | 115 |
| 5.2 Saran..... | 116 |
| DAFTAR PUSTAKA | 117 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN | 120 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-------------------------------------|
| Tabel 1.1 Pra-Survey Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan | 5 |
| Tabel 2.1 Fungsi-fungsi Manajemen..... | 11 |
| Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu | 28 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel | 36 |
| Tabel 3.2 Pembobotan Nilai Jawaban | 41 |
| Tabel 3.3 Intepretasi Koefisien Korelasi..... | 47 |
| Tabel 3.4 Jadwal Kegiatan Penelitian | 48 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Repsonden Berdasarkan Jenis Kelamin . | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan . | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.4 Interprestasi Jawaban Responden | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.5 Tampilan fitur pada Lazada tersampaikan dengan jelas dan lengkap | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.6 Tampilan fitur pada Lazada Sesuai | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.7 Produk yang dijual di Lazada dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.8 Berbelanja di Lazada membuat senang.. | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.9 Fitur yang tersedia mampu memberikan kesan bahwa produk yang dijual memiliki kualitas yang baik | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.10 Fitur yang tersedia di Lazada menarik.. | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.11 Lazada memberikan kemudahan dalam melakukan belanja..... | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.12 Lazada memberikan kemudahan dalam pemilihan metode pembayaran | Error! Bookmark not defined. |

- Tabel 4.13 Rekapitulasi Kuesioner Tampilan Fitur Lazada.. **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.14 Pedoman Interpretasi Tentang Tampilan Fitur ... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.15 Pihak lazada memberikan respon cepat ketika mendapat komplain dari konsumen **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.16 Kemudahan akses ke platform mengurangi waktu dan upaya yang diperlukan untuk berhubungan dengan penjual ... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.17 Konsumen dapat dengan cepat mengidentifikasi produk yang diinginkan pelanggan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.18 Tampilan Lazada dapat memberikan kenyamanan saat melakukan pencarian produk..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.19 Ketika pelanggan menginginkan produk, pelanggan selalu menggunakan Lazada..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.20 Pelanggan menggunakan Lazada karena mudah dipahami **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.21 Proses pemesanan sangat mudah **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.22 Proses pembayaran sangat mudah **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.23 Pelanggan diberikan garansi produk yang dibeli **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.24 Tersedianya banyak admin sehingga pelanggan bisa menghubungi ke admin yang lain jika tidak ada tanggapan..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.25 Rekapitulasi Kuesioner Tentang Kenyamanan Belanja di Lazada **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.26 Pedoman Interpretasi Tentang Kenyamanan Berbelanja **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.27 Produk yang dibeli sesuai dengan harapan pelanggan..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.28 Produk yang dijual pada Lazada sesuai dengan keinginan pelanggan **Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4.29 Harga yang di cantumkan sesuai dengan harapan pelanggan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.30 Produk yang dibeli pada Lazada memberikan kenyamanan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.31 Pelanggan puas dengan tanggapan dan solusi dari pihak toko online Lazada ketika mengalami masalah dalam pemesanan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.32 Pihak Lazada memiliki tanggung jawab atas pengiriman produk sampai ke pelanggan dengan tepat waktu **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.33 Waktu pemesanan dan pengiriman sesuai dengan waktu yang dicantumkan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.34 Harga produk yang ada di Lazada lebih murah dari pada *E-Commerce* lainnya **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.35 Pilihan metode atau cara pembayaran diperlukan dalam keputusan pembelian **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.36 Keluhan dari pelanggan selalu di tanggapi dengan cepat dan maksimal **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.37 Rekapitulasi Kuesioner Kepuasan Pelanggan Lazada **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.38 Pedoman Interpretasi Tentang Kepuasan Pelanggan. **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.39 Tabulasi Data Tampilan Fitur (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (Y) 86
- Tabel 4.40 Tabulasi Data Kenyamanan Berbelanja (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.41 Tabulasi Data Tampilan Fitur (X_1), Kenyamanan Berbelanja (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) 100
- Tabel 4.42 Tabel Rekapitulasi Hasil Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Konsep Bidang Manajemen | 13 |
| Gambar 2.2 Paradigma Penelitian..... | 33 |
| Gambar 4.1 Loho Lazada..... | 50 |
| Gambar 4.2 Tampilan Awal Lazada | 52 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden

Lampiran 4 t Tabel

Lampiran 5 F Tabel

Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. 2021. *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada pengguna Aplikasi Berrybenk di Kota Bandung)*. Business Management ANalysis Journal (BMAJ), 37-53.
- Aridinta, Frinda Agnesya dan WIdijoko, Grace. 2019. *Analisis Pengaruh Kemnyamanan LAYanan Online Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Commerce Indonesia*. Jurnal EKOnomi BIsnis UB
- Armstrong, Kotler. 2016. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition* , England : Pearson Education, In
- Badrudin. 2014. *Dasar-dasar manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit Ombak (Anggota IKAPI).
- Chaffey, et al. 2009. *Internet Marketing, Strategy, Implementation, and Practice*. Harlow: Prentice Hall
- Dewi, Ni Luh Gede Diah Nirmala, dan Made Jatra. 2013. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar*. EJurnal Manajemen Universitas Udaya. 3(6), h : 248-261.
- Duarte, P., Silva, S.C., & Ferreira, M.B. 2018. *How convenient is it? Delivering online shopping convenience to enhance customer satisfaction and encourage e-WOM*. Journal of Retailing and Consumer Services 44 (2018) 161–169.
- El Gohary, H. 2010. *E-Marketing- A literature Review from a Small*. International Journal of Business and Social Science.
- Handoko, T Hani. 2016. *Manajemen*. Yogyakarta:BPFE
- Handoko, T. Hani. 2011. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Hasibuan, Malayu S. P 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia* cetakan keenam belas. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Insani, E. P. 2013. *Analisis Pengaruh Kenyamanan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui Website Resmi Pt. Kai*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science), 12(3), 241-260.

- Ishaak, A. 2012. *Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Belanja Online: Sebuah Studi Tentang Penyebab (Antecedents) Dankonsekuensi (Consequents)*. SIASAT BISNIS, 141-154.
- Jiang, L. (Alice), Yang, Z., & Jun, M. 2013. *Measuring consumer perceptions of online shopping convenience*. *J. Serv. Manag.* Emerald 24 (2), 191–214.
- Kotler, Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th. Person Education.
- Kwek Choon Ling & Anas Ahmad Abzakh.2012. *The Impact of Experiential Marketing and Customer Satisfaction on Customer Commitment in the World of Social Networks*.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mullins, Walker, Jr., Boyd, Jr. 2019. *Marketing Management*. Mc Graw Hill.
- Natalia, J., & Ginting, d. B. 2018. *Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Penggunaan aplikasi Viu*. *Media Informatika*, Volume 17 Nomor 3.
- Pramesti, D. Y., & Dkk. 2021. *Pengaruh kualitas pelayanan, Keragaman Produk, Danpromosie-Commerce terhadap Kepuasan pelanggan shopee*. *JIMP*, 27-39.
- Rahardi, D. R. 2013. *Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Teknologi Informasi Politeknik Telkom*, Volume 1 Nomor 1.
- Rivai, Veithzal. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Seock dan Bailey, 2018. *The Influence of College Students' Shopping Orientations and Gender Differences on Online Information Searches and Purchase Behaviours*. *International Journal of Consumer Studies*. p. 113-121
- Setyowati, D. 2021. *Viral di jagat maya, benarkan produk impor kuasi e-commerce*. Diambil kembali dari katadata: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/602f7886df389/viral-di-jagat-maya-benarkah-produk-impor-kuasai-e-commerce>
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat

- Strauss, Judy dan Frost, Raymond. 2012. *E-Marketing edisi internasional ke 6*. London: Pearson
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan. 2012. *Perilaku Pelanggan Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sunyoto, Danang. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. 2018. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, FAndy dan Gregorius Candra. 2015. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi
- Wijaya, Candra dan Muhamad Rifa'i. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen*. Medan: Perdana Publishing

