

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera,

Pertama-tama puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena selalu memberikan hikmat dan kebijaksanaan kepada kita, semua itu hanya karena kasih dan karunia-Nya, sehingga membuat penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu. Penulisan tugas akhir yang memiliki judul “Analisis Pengaruh Ubiquity, Application Design, Fulfillment, Customer Service, Privacy terhadap *E-Customer Satisfaction* dan *E-Customer Loyalty* pada pengguna Aplikasi Lazada di Surabaya” ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Selain itu, penulis juga berharap bahwa hasil dari tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Penulis juga menyadari bahwa dalam pengungkapan, penyajian, dan tata bahasa masih memiliki kekurangan dan jauhnya dari kesempurnaan dalam pengerjaan tugas akhir ini. Maka dari itu dengan kerendahan hati penulis menerima segala kritik dan saran dari semua pihak yang dapat membangun penulis terima untuk membantu menyempurnakan dan menjadi perbaikan untuk tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Adapun ucapan terima kasih ini ingin khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku *Executive Director* dan *Associate Dean* yang membantu saya selama masa perkuliahan selama saya berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang membantu saya selama masa perkuliahan saya berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
3. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku dosen pembimbing pertama yang telah membimbing, memberi perhatian, waktu dan dorongan untuk tetap semangat terus dalam mengerjakan apapun kepada saya mulai dari awal perkuliahan hingga proses pengerjaan tugas akhir ini hingga dapat selesai.
4. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah membantu, membimbing, memberikan saran, dan waktu kepada saya untuk dapat tetap semangat selalu dan dapat menyelesaikan proses perkuliahan hingga tugas akhir saat ini.
5. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M, selaku dosen penguji pertama saya yang juga membantu memberikan masukan kepada saya untuk memperbaiki kekurangan dalam penelitian ini.
6. Papa dan Mama saya yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan semangat serta membantu dalam hal finansial sehingga penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
7. Kakak dan Adik saya yang juga selalu membantu banyak hal dan menyemangati dalam kehidupan saya hingga saat ini.

8. Angelina Christine Ventura Go, pacar saya yang telah banyak membantu setiap saat saya dalam mengerjakan skripsi malam hingga pagi, menyemangati agar tetap terus fokus, mengoreksi, dan memenuhi jika masih ada kekurangan dalam skripsi, mendoakan serta membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang sedang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan cepat dan baik.
9. Teman-teman saya yang senantiasa membantu saya meskipun saya banyak bertanya kepada mereka, seperti Thalia, Paul, Priza Astawakra, Mitra, Marsha, dll. Sehingga dalam penelitian ini dapat terselesaikan.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu-persatu yang telah bersedia membantu penulis dalam Menyusun penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis berikan, semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalaskan semua kebaikan dan dukungan dari bapak, ibu, saudara, pacar dan teman-teman yang tertulis di atas. Semoga penelitian ini dapat berguna terutama bagi pribadi penulis dan juga pihak lain yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran mengenai penelitian ini pastinya akan amat sangat membantu bagi penyempurnaan selanjutnya

Denpasar, 25 Agustus 2021



Ariel Kirana Tando

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah	22
1.3 Rumusan Masalah	23
1.4 Tujuan Penelitian.....	24
1.5 Manfaat Penelitian.....	25
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	26
1.5.2 Manfaat Praktis	26
1.6 Sistematika Penulisan.....	27
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	28
2.1 Landasan Teori	28
2.1.1 <i>E-Customer Loyalty</i>	28
2.1.2 <i>E-Customer Satisfaction</i>	30
2.1.3 <i>Ubiquity</i>	32

2.1.4	<i>Application Design</i>	33
2.1.5	<i>Fulfillment</i>	35
2.1.6	<i>Customer Service</i>	36
2.1.7	<i>Privacy</i>	38
2.2	Penelitian Terdahulu.....	39
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	43
2.3.1	Pengaruh <i>Ubiquity</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	43
2.3.2	Pengaruh <i>Ubiquity</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	44
2.3.3	Pengaruh <i>Application Design</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	45
2.3.4	Pengaruh <i>Application Design</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	46
2.3.5	Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	46
2.3.6	Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	47
2.3.7	Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	48
2.3.8	Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	49
2.3.9	Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	49
2.3.10	Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	50
2.3.11	Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> ...	51
2.4	Model Penelitian.....	52
2.5	Bagan Alur Berpikir	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		55
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	55
3.1.1	Jenis Penelitian	55
3.1.2	Sumber Data.....	56
3.2	Populasi dan Sampel	57
3.2.1	Populasi.....	57
3.2.2	Sampel	57

3.3 Metode Pengumpulan Data	59
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	62
3.5 Metode Analisis Data	64
3.5.1 Pengolahan Data	64
3.5.2 Pengujian Hipotesis	65
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1 Gambaran Umum Lazada.....	78
4.2 Analisis Data	79
4.2.1 Analisis Deskriptif	79
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	94
4.2.3 Uji Validitas	106
4.2.4 Uji Reliability	107
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	108
4.3 Metode Analisis Statistik.....	116
4.3.1 Analisis Regresi	116
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	122
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	123
4.4 Metode Pengujian Hipotesis.....	124
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	124
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	125
4.5 Pembahasan	130
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	158
5.1 Kesimpulan.....	158
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	159
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	171
5.2 Implikasi	172

5.2.1	Implikasi Teoritis	DAFTAR ISI	172
5.2.2	Implikasi Manajerial		175
5.3	Rekomendasi	DAFTAR ISI	183
	DAFTAR PUSTAKA		185



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Kuartal II 2020.....	3
Gambar 1.2 Frekuensi Pengguna <i>E-Commerce</i> Sebelum, Selama, dan Sesudah PSBB.....	4
Gambar 1.3 Logo Lazada.....	6
Gambar 1.4 Tampilan Aplikasi Mobile Lazada.....	7
Gambar 1.5 Peringkat Pada Kategori <i>Shopping</i> di Playstore.....	13
Gambar 1.6 Perangkat dan Rating Playstore.....	14
Gambar 1.7 Bukti Ulasan Mengenai Kepuasan Pelanggan Aplikasi Lazada.....	14
Gambar 1.8 <i>Ubiquity</i> Lazada.....	15
Gambar 1.9 Bukti Ulasan <i>Ubiquity</i> Pengguna Aplikasi Lazada.....	16
Gambar 1.10 <i>Application Design</i> Lazada.....	17
Gambar 1.11 Bukti Ulasan <i>Application Design</i> Pengguna Aplikasi Lazada.....	17
Gambar 1.12 <i>Fulfillment</i> Lazada.....	18
Gambar 1.13 Bukti Ulasan <i>Fulfillment</i> Pengguna Aplikasi Lazada.....	19
Gambar 1.14 <i>Customer Service</i> Lazada.....	20
Gambar 1.15 <i>Privacy</i> Lazada.....	21
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu.....	41
Gambar 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	41
Gambar 2.3 Model Penelitian Terdahulu.....	42
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	52
Gambar 2.5 Bagan Alur Berpikir.....	53
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	80
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82

Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas <i>E-Customer Satisfaction</i>	109
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>E-Customer Loyalty</i>	110
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>E-Customer Satisfaction</i>	113
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>E-Customer Loyalty</i>	113
Gambar 4.7 Hasil Penelitian	129

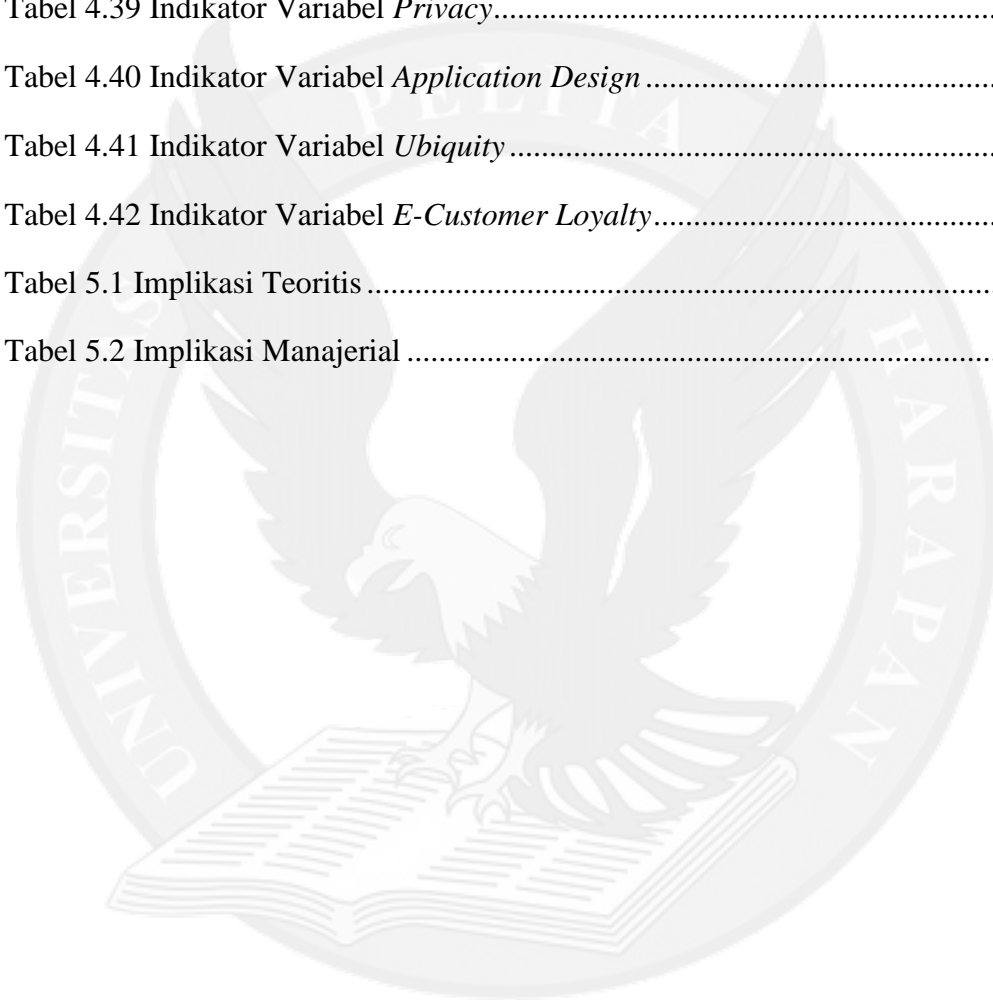


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Enam E-Commerce Terbesar di Indonesia Kuartal Q4 Tahun 2020	9
Tabel 1.2 Perbandingan Pengunjung E-Commerce B2C Lazada Dengan C2C Tahun 2014-2020	11
Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner	61
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	64
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi	75
Tabel 3.4 Rules of Thumb Tentang Ukuran Koefisien Determinasi.....	76
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	80
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	83
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	83
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	85
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Ubiquity</i>	87
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Application Design</i>	88
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Fulfillment</i>	90
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Service</i>	91
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Privacy</i>	93
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>E-Customer Loyalty</i>	94
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	96
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Ubiquity</i>	98

Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel	
<i>Application Design</i>	99
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Fulfillment</i>	101
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel	
<i>Customer Service</i>	103
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Privacy</i>	105
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Customer Loyalty</i>	106
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	106
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Ubiquity</i>	106
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Application Design</i>	107
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Fulfillment</i>	107
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Service</i>	107
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Privacy</i>	107
Tabel 4.25 Hasil Uji Realibilitas	108
Tabel 4.26 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov (K-S).....	109
Tabel 4.27 Tabel Nilai Tolerance dan VIF	111
Tabel 4.28 Tabel Spearman Test Correlation	114
Tabel 4.29 Hasil Uji Linearitas	115
Tabel 4.30 Hasil Uji Regresi Berganda (U, AD, F, CS, P, *E-CS)	116
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Berganda (U, AD, F, CS, P, E-CS, *E-CL)	119
Tabel 4.32 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1(R^2)	123
Tabel 4.33 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1(R^2)	124
Tabel 4.34 Hasil Uji F.....	124
Tabel 4.34 Hasil Uji T.....	125

Tabel 4.35 Hasil Uji F.....	124
Tabel 4.36 Indikator Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	143
Tabel 4.37 Indikator Variabel <i>Customer Service</i>	146
Tabel 4.38 Indikator Variabel <i>Fulfillment</i>	147
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Privacy</i>	150
Tabel 4.40 Indikator Variabel <i>Application Design</i>	152
Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Ubiquity</i>	153
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>E-Customer Loyalty</i>	155
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	173
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	180



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL UJI TURNITIN	D-1

