

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
MANFAAT YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA LAZADA PADA MAHASISWA DI
JABODETABEK**

Sonia Devi Maranik

8135163317



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

***THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE AND PERCEIVED
USEFULNESS TOWARDS STUDENT'S CUSTOMER
SATISFACTION LAZADA USER IN GREATER JAKARTA***

Sonia Devi Maranik

8135163317



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

***This is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

ABSTRAK

Sonia Devi Maranik, 2020: Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Lazada Pada Mahasiswa Di Jabodetabek. Skripsi, Jakarta: Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dra. Dientje Griandini, M.Pd dan Rahmi, S.E., M.S.M.

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Lazada. Desain penelitian yang digunakan adalah *deskriptif* dan *kausal*, sedangkan teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah menggunakan Lazada minimal 3 kali selama 6 bulan terakhir. Total sampel pada penelitian ini berjumlah 200 responden. *Pilot study* dilakukan kepada 50 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 24 dan AMOS 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Manfaat yang Dirasakan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat yang Dirasakan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat yang Dirasakan, dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Sonia Devi Maranik, 2020: The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness Towards Student's Customer Satisfaction Lazada User in Greater Jakarta. Thesis, Jakarta: Business Education, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Dra. Dientje Griandini, M.Pd dan Rahmi, S.E., M.S.M.

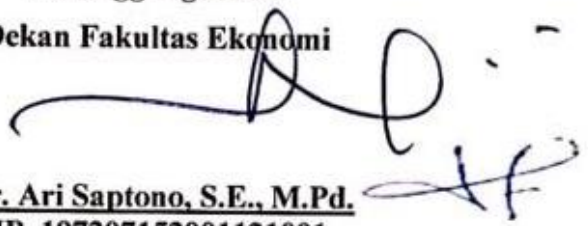
The purpose of this study was to examine the effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Lazada user Customer Satisfaction. The research design used was descriptive and causal, while the sample selection technique used was purposive sampling. The data collection method uses the survey method. The population in this study are students who have used Lazada at least 3 times during the last 6 months. The total sample in this study amounted to 200 respondents. A pilot study was conducted on 50 respondents. The analytical tool used in this study is SPSS 24 and AMOS 21. The results of this study indicate that Perceived Ease of Use have a positive effect on Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness have a positive effect on Customer Satisfaction.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Customer Satisfaction.*

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd.
NIP. 197207152001121001

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dr. Corry Yohana, M.M.</u> NIP. 195909181985032011 (Ketua)		05 Agustus 2020
2	<u>Nadva Fadillah F., S.Pd., M.Pd.</u> NIP. 199302202019032022 (Sekretaris)		06 Agustus 2020
3	<u>Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si.</u> NIP. 196610302000121001 (Penguji Ahli)		21 Agustus 2020
4	<u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd.</u> NIP. 195507221982102001 (Pembimbing 1)		26 Agustus 2020
5	<u>Rahmi, S.E., M.S.M.</u> NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		06 Agustus 2020

Nama : Sonia Devi Maranik
No. Registrasi : 8135163317
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 27 Juli 2020

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi Lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 8 Juli 2020

Yang membuat pernyataan



Sonia Devi Maranik

NIM. 8135163317

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SONIA DEVI MARANIK
NIM : 8135163317
Fakultas/Prodi : EKONOMI / PEND. BISNIS
Alamat email : Soniamaranik@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan terhadap
kepuasan pelanggan pengguna laptop pada Mahasiswa di Jabodetabek

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta

Penulis

(SONIA DEVI MARANIK)
nama dan tanda tangan

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Vers l’infini et au-delà”

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebijakan) yang diusahakannya dan ia mendapatkan siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya” (QS. Al-Baqarah:286)

“Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap” (QS. Al-Insyirah: 7-8)

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini saya persembahkan untuk Ibu, Bapak, Kakak dan Adik saya yang selalu memberikan Doa, dukungan dan menyayangi saya dengan tulus untuk mengejar cita-cita saya. Saya persembahkan juga skripsi ini untuk Bu Dientje dan Bu Rahmi yang telah banyak berjasa dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dari karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Lazada Pada Mahasiswa Di Jabodetabek”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, Peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dra. Dientje Griandini, M.Pd., selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, saran, dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini;
2. Rahmi, S.E., M.S.M., selaku dosen pembimbing II yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, saran, dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini;
3. Ryna Parlyna, MBA., selaku Kepala/ketua Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta serta dosen pembimbing akademik yang senantiasa membimbing dan mengarahkan selama perkuliahan;
4. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat;
6. Kedua orang tua tercinta saya, yaitu Ibu Anik Ernawati dan Bapak Marulloh, kakak saya, serta kedua adik saya selalu mendukung, menemani, dan menyayangi saya dengan tulus;
7. Mokhamad Nur Triawan Fadillah yang selalu menemani, memberikan semangat dan motivasi, serta membantu selama penelitian.
8. Arya, Diana, Prita, Clara, dan anak-anak GAJELAS yang telah memberikan semangat dan motivasi, serta membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan;
9. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Bisnis 2016 terkhususnya para pejuang SEM, yaitu Firna, Chelsy, Novi, dan Ramma yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti dalam mengerjakan penelitian ini;
10. Mahasiswa yang berada di wilayah Jabodetabek yang sudah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini;

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan Peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat Peneliti harapkan.

Jakarta, April 2020

Sonia Devi Maranik

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kebaruan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Latar Belakang Teori.....	14
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	14
2. <i>Kepuasan Pelanggan (Satisfaction)</i>	15
3. <i>Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease Of Use)</i>	23
4. <i>Manfaat yang Dirasakan (Perceived Usefulness)</i>	26
B. Kerangka Teoritik dan Hipotesis	30
1. <i>Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat yang Dirasakan</i>	30
2. <i>Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan</i>	31
3. <i>Manfaat yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan</i>	33

BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
1. Waktu Penelitian.....	36
2. Tempat Penelitian.....	36
B. PENDEKATAN PENELITIAN	37
1. Metode	37
2. Kontelasi Hubungan Antara Variabel.....	37
C. POPULASI DAN SAMPEL.....	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	39
D. PENYUSUNAN INSTRUMEN	41
1. Kepuasan Pelanggan (Variabel Y).....	41
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (Variabel X_1)	42
3. Manfaat yang Dirasakan (Variabel X_2).....	43
4. Skala Pengukuran	45
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	46
F. TEKNIK ANALISIS DATA	46
1. Analisis Deskriptif	46
2. Uji Validitas	47
3. Uji Reabilitas	49
4. Uji Hipotesis.....	49
5. <i>Pilot Study</i>	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Deskripsi Data.....	64
B. Hasil Analisis Data.....	68
1. Analisis Deskriptif	68
2. Exploratory Factor Analysis.....	72
3. Confirmatory Factor Analysis	79
4. Fit Model.....	80
5. Pengujian Hipotesis	81

C. Pembahasan	85
1. Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Manfaat yang Dirasakan	85
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Kepuasan Pelanggan	85
3. Manfaat yang Dirasakan dengan Kepuasan Pelanggan	86
BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Implikasi	90
C. Keterbatasan Penelitian	91
D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	147



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kendala yang Dihadapi Pelanggan Lazada	7
Tabel 2.2 Kerangka Teoritik	35
Tabel 3.3 Instrumen Kepuasan Pelanggan	42
Tabel 3.4 Instrumen Persepsi Kemudahan Penggunaan	43
Tabel 3.5 Instrumen Manfaat yang Dirasakan	44
Tabel 3.6 Skala Pengukuran <i>Likert</i> Genap.....	45
Tabel 3.7 Nilai <i>Loading Significant</i> EFA Berdasarkan Jumlah Sampel.....	48
Tabel 3.8 <i>Goodness of Fit Indices</i>	53
Tabel 3.9 Domisili Responden yang Menggunakan Lazada.....	54
Tabel 3.10 Jenis Kelamin Responden yang Menggunakan Lazada	55
Tabel 3.11 Usia Responden yang Menggunakan Lazada	55
Tabel 3.12 Pendidikan Terakhir Responden yang Menggunakan Lazada.....	56
Tabel 3.13 Status Pekerjaan Responden yang Menggunakan Lazada.....	56
Tabel 3.14 Status Pernikahan Responden yang Menggunakan Lazada.....	57
Tabel 3.15 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	57
Tabel 3.16 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	58
Tabel 3.17 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	58
Tabel 3.18 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	59
Tabel 3.19 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	60
Tabel 3.20 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	61
Tabel 3.21 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan	61
Tabel 3.22 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan	62
Tabel 3.23 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	63

Tabel 4.24 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	64
Tabel 4.25 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.26 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.27 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
Tabel 4.28 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	67
Tabel 4.29 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	67
Tabel 4.30 Statiska Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	68
Tabel 4.31 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	69
Tabel 4.32 Statistika Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	70
Tabel 4.33 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	70
Tabel 4.34 Statistika Deskriptif Variabel Manfaat yang Dirasakan	71
Tabel 4.35 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	72
Tabel 4.36 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	72
Tabel 4.37 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	73
Tabel 4.38 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	74
Tabel 4.39 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	74
Tabel 4.40 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	75
Tabel 4.41 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	76
Tabel 4.42 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan	76
Tabel 4.43 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan	77
Tabel 4.44 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	78
Tabel 4.45 Hasil Pengujian GOF Model Awal	79
Tabel 4.46 Hasil Pengujian GOF Model Fit	81
Tabel 4.47 <i>Regression Weights: (Group number 1 – Default model)</i>	83

Tabel 4.48 *Standardized Regression Weights: (Group number 1 – Default model)*

..... 83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-Rata Rangking <i>E-Commerce</i> di Indonesia pada Kuartal IV-2019	5
Gambar 1.2 Hasil Survei Awal Pelanggan Lazada.....	6
Gambar 2.3 Kondisi Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen.....	20
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	34
Gambar 3.5 Konstelasi Hubungan Antar Variabel.....	38
Gambar 4.6 <i>Output Confirmatory Factor Analysis</i> Model Awal.....	79
Gambar 4.7 <i>Output Confirmatory Factor Analysis</i> Fit Model.....	80
Gambar 4.8 <i>Output</i> Hasil Pengujian Hipotesis.....	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian Skripsi	99
Lampiran 2 Kartu Konsultasi	100
Lampiran 3 Format Saran dan Perbaikan	101
Lampiran 4 Survei Awal	102
Lampiran 5 Kuesioner <i>Pilot Study</i> dan Penelitian (Final)	104
Lampiran 6 Jawaban Pernyataan Para Responden <i>Pilot Study</i>	108
Lampiran 7 Hasil <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA) <i>Pilot Study</i>	110
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pilot Study</i>	115
Lampiran 9 Data Responden <i>Pilot Study</i>	119
Lampiran 10 Jawaban Responden Kuesioner Final.....	121
Lampiran 11 Hasil <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA) Penelitian	126
Lampiran 12 Hasil Uji Coba Reliabilitas Penelitian (Final)	129
Lampiran 13 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Model Awal.....	132
Lampiran 14 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Model Fit.....	135
Lampiran 15 Hasil Pengujian Hipotesis.....	137
Lampiran 16 Data Responden Final	139