

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA E-COMMERCE ONLINE LAZADA  
(Studi Kasus Pada Konsumen Lazada Wilayah Bekasi Barat)**

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE OF CUSTOMER LOYALTY  
THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AGAINST VARIABLES ON E-  
COMMERCE ONLINE LAZADA***

***(Case Study of Lazada Consumers in West Bekasi Region)***



**Oleh :**

**Eri Fatmawati Septiani**

**2016410058**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi Program Studi  
Manajemen Pada Universitas Darma Persada**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA**

**2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eri Fatmawati Septiani

NIM : 2016410058

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Wilayah Bekasi Barat Pada E-Commerce Online Lazada).**

Seminar Proposal ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan di hadapan panitia penguji.



Jakarta, 7 Agustus 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing

**Dian A. Rahim, S.E., Msi**

Ketua Jurusan Manajemen

**Resa Nurlaela Anwar S.E., M.M**

Dosen Pembimbing

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eri Fatmawati Septiani

NIM : 2016410058

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA E-COMMERCE ONLINE LAZADA (Studi Kasus Pada Wilayah Kecamatan Bekasi Barat)**

yang dibimbing oleh Ibu Resa Nurlaela, SE, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 7 Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan,

Eri Fatmawati Septiani

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA E-  
COMMERCE ONLINE LAZADA**

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE OF CUSTOMER LOYALTY THROUGH  
CUSTOMER SATISFACTION AS AGAINST VARIABLES ON E-COMMERCE  
ONLINE LAZADA**

Oleh :

**Eri Fatmawati Septiani**

**2016410058**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Ekonomi  
Konsentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal

Seperti tertera dibawah ini

**Jakarta, 7 Agustus 2020**

**Resa Nurlaela Anwar S.E., MM**

**Pembimbing**

**Dr. Firsan Nova, SE, MM**

**Penguji I**

**Drs. Fauzi Baisyir, MM**

**Penguji II**

**Resa Nurlaela Anwar S.E., MM**

**Penguji III**

**Mu'man Nuryana Ph. D.**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Dian A. Rahim, S.E., M.Si**

**Ketua Jurusan Manajemen**

## ABSTRAK

Nama : Eri Fatmawati Septiani

NIM : 2016410058

Judul : PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA *E-COMMERCE ONLINE LAZADA* (Studi Kasus Pada Wilayah Bekasi Barat)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan *Pada E-commerce Online Lazada* (Studi Kasus Pada Wilayah Kecamatan Bekasi Barat). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yaitu Wilayah Kecamatan Bekasi Barat. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah *Path Analysis*. Uji F, Uji T, dan Uji analisis koefisien ( $R^2$ ) dilakukan sebagai persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis *path analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Pengalaman Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (2) Pengalaman Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, (3) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, (4) Pengalaman Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan secara tidak langsung.

Kata Kunci : Pengalaman Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan.

## ABSTRACT

Nama : Eri Fatmawati Septiani

NIM : 2016410058

Judul : *THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE OF CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AGAINST VARIABLES ON E-COMMERCE ONLINE LAZADA (Casa Study in West Bekasi Region)*

*The purpose of this study was to analyze the effect of Customer Experience on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in Lazada E-commerce Online (Case study in the District of West Bekasi District). Data collection was carried out by distributing questionnaires to 11 respondents, namely the District of West Bekasi District. Sampling is done by using purposive sampling. The analytical tool used is Path Analysis. The F test, T test, and coefficient analysis test ( $R^2$ ) are performed as statistical requirements that must be met in conducting the path analysis test ( $R^2$ ) are performed as statistical requirement that must be met in conducting the path analysis analysis. The result showed that (1) Customer Experience had a positive and significant effect on Customer Loyalty, (2) Customer Experience had a positive and significant effect on Customer Satisfaction, (3) Customer Loyalty had a positive and significant effect on Customer Satisfaction, (4) Customer Experience had an effect on Customer Loyalty through Indirect Customer Satisfaction.*

*Keyword : Customer Experience, Customer Loyalty and Customer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA *E-COMMERCE ONLINE LAZADA (Studi Kasus Pada Wilayah Bekasi Barat)*”** Skripsi merupakan salah satu syarat yang wajib ditempuh di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Resa Nurlaela, SE, MM selaku pembimbing penulisan skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Mu'man Nuryana, Ph. D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian A. Rahim, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Seluruh Bapak / Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan berlangsung.
5. Seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu dari awal Perkuliahan sampai sampai penulis menyelesaikan skripsi.
6. Untuk semua keluarga terutama kedua orang tua saya Papa dan Mama, yang tidak pernah lelah selalu memberikan dukungan dengan moral dan doa dan semangat yang sangat besar. Serta kepada Aa, Kaka yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk Muhammad Dhanny terimakasih karna selalu menemani, membantu, mendoakan, mendengarkan keluh kesah serta memberikan dukungan dan saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

8. Untuk semua teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang tidak dapat disebutkan satu-persatu namun tidak mengurangi rasa hormat penulis karena selalu mendukung dan selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan baik.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan



Jakarta, 7 Agustus 2020

Eri Fatmawati Septiani

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
LAMPIRAN .....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....	17
2.1 Kajian Pustaka.....	17
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	18
2.1.2 Pengertian Perdagangan Elektronik ( <i>E-Commerce</i> ) .....	19
2.1.3 Klasifikasi <i>E-Commerce</i> .....	20
2.1.4 Pengalaman Pelanggan .....	21
2.1.5 Faktor-Faktor Pengalaman Pelanggan .....	22
2.1.6 Dimensi Pengalaman Pelanggan .....	23
2.1.7 Loyalitas Pelanggan .....	24
2.1.8 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	25
2.1.9 Kepuasan Pelanggan .....	26
2.1.10 Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
2.4 Hipotesis.....	37

BAB III METODELOGI PENELITIAN .....	38
3.1 Metode Yang Digunakan .....	39
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	41
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	48
3.3.1 Tempat Penelitian.....	48
3.3.2 Jenis dan Sumber Data .....	48
1. Data Primer .....	48
2. Data Sekunder .....	49
3.3.3 Cara Penentuan Data .....	49
1. Populasi.....	49
2. Sampel.....	50
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	54
3.5.1 Uji Keabsahan Data.....	54
1. Uji Validitas .....	54
2. Uji Reliabilitas .....	55
3.5.2 Metode Analisis Data.....	56
1. Uji T .....	56
2. Uji F .....	57
3. Koefisien Determinasi.....	57
4. Analisis Jalur Path.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH .....	60
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	60
4.1.1 Profil Lazada.....	60
4.1.2 Sejarah Berdirinya Lazada.....	61
4.1.3 Jenis Produk Lazada .....	64
4.1.4 Sistem Pembayaran Lazada .....	64
4.1.5 Logo Lazada .....	65
4.1.6 Visi dan Misi Lazada .....	66
4.1.7 Struktur Organisasi Lazada.....	67
4.1.8 Lokasi Perusahaan .....	67
4.2 Hasil Penelitian .....	68

4.2.1	Profil Responden .....	68
	1. Usia Responden.....	68
	2. Jenis Kelamin .....	69
	3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	70
	4. Berdasarkan Pekerjaan .....	71
	5. Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	73
	6. Berdasarkan Responden Kecamatan Bekasi Barat ..	74
4.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....	76
4.3.1	Variabel Pengalaman Pelanggan .....	76
4.3.2	Variabel Loyalitas Pelanggan .....	83
4.3.3	Variabel Kepuasan Pelanggan .....	95
4.4	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	109
4.4.1	Uji Validitas.....	109
4.4.2	Hasil Uji Realibilitas.....	112
	1. Realibilitas Pengalaman Pelanggan .....	112
	2. Realibilitas Loyalitas Pelanggan.....	113
	3. Realibilitas Kepuasan Pelanggan.....	114
4.5	Hasil <i>Path Analysis</i> .....	115
	1. Pengujian Hipotesis H1 .....	115
	2. Pengujian Hipotesis H2 .....	117
	3. Pengujian Hipotesis H3 .....	119
	4. Pengujian Hipotesis H4 .....	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		124
5.1	Kesimpulan .....	124
5.2	Saran .....	127
DAFTAR PUSTAKA .....		128
LAMPIRAN.....		131

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Kategori Barang Yang Paling Diminati Belanja <i>Online</i> .....	7
Tabel 1.2 Tanggapan Responden Mengenai Pengalaman Pelanggan .....	11
Tabel 1.3 Tanggapan Responden Kepuasan Pelanggan.....	12
Tabel 1.4 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	41
Tabel 3.2 Skala Likert .....	53
Tabel 3.3 Tingkat Interpretasi Koefisien Korelasi .....	58
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	68
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	70
Tabel 4.4 Profil Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.5 Profil Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	73
Tabel 4.6 Berdasarkan Kecamatan Bekasi Barat .....	74
Tabel 4.7 Keragaman Pilihan Produk dan Ketersediaan Produk .....	76
Tabel 4.8 Website Lazada Nyaman Aman dan Mudah Dimengerti .....	77
Tabel 4.9 Kecepatan Ekspedisi Pengiriman Telah Sesuai Yang Diharapkan..	78
Tabel 4.10 Senang dan Nyaman dengan Pengalaman Berbelanja .....	79
Tabel 4.11 Puas dengan Pengalaman Berbelanja <i>Online</i> .....	80
Tabel 4.12 Berbagi Pengalaman Berbelanja <i>Online</i> .....	81
Tabel 4.13 Senang Merekomendasikan Kepada Keluarga dan Teman.....	82
Tabel 4.14 Saya Akan Membeli Produk Secara Rutin.....	83
Tabel 4.15 Saya Selalu Memilih <i>E-commerce</i> Lazada .....	84
Tabel 4.16 Saya Akan Selalu Berlangganan Pada <i>E-commerce</i> Lazada .....	85
Tabel 4.17 Saya Puas Menggunakan Jasa <i>E-commerce</i> Lazada .....	86
Tabel 4.18 Saya Akan Membeli Produk Lain.....	87
Tabel 4.19 Saya Akan Membeli Kebutuhan Yang Saya Cari.....	88
Tabel 4.20 Saya Tetap Memilih <i>E-commerce</i> Lazada .....	89

Tabel 4.21	Saya Lebih Tertarik Berbelanja <i>Online</i> Pada Lazada .....	90
Tabel 4.22	Saya Tidak Tertarik Berbelanja <i>Online</i> di <i>E-commerce</i> Lain.....	91
Tabel 4.23	Merekomendasikan <i>E-commerce</i> Lazada .....	92
Tabel 4.24	Menceritakan Hal Positif <i>E-commerce</i> Lazada.....	93
Tabel 4.25	Mengajak Keluarga dan Teman Berbelanja Pada Lazada .....	94
Tabel 4.26	<i>E-commerce</i> Lazada Memberikan Kualitas Terhadap Produknya ..	95
Tabel 4.27	Produk <i>E-commerce</i> Lazada Memiliki Kualitas Yang Baik.....	96
Tabel 4.28	Kualitas Produk Yang Diberikan Sesuai Harapan Saya .....	97
Tabel 4.29	Harga Yang Ditawarkan <i>E-commerce</i> Sangat Terjangkau .....	98
Tabel 4.30	Harga Produk Lazada Sesuai Dengan Kualitas Yang Diberikan.....	99
Tabel 4.31	Senang Dengan Informasi Mengenai Produk Lazada.....	100
Tabel 4.32	Pelayanan Pada Lazada Lebih Baik Dibandingkan Yang Lain .....	101
Tabel 4.33	Kualitas Pelayanan Yang Diberikan Lazada Memuaskan .....	102
Tabel 4.34	<i>E-commerce</i> Lazada Memberikan Kemudahan Dalam Pencarian...	103
Tabel 4.35	<i>E-commerce</i> Lazada Memberikan Pelayanan Dalam Transaksi.....	104
Tabel 4.36	<i>E-commerce</i> Lazada Memberikan Kemudahan Biaya.....	105
Tabel 4.37	Berbelanja Pada <i>E-commerce</i> Lazada Terdapat Rasa Bangga.....	106
Tabel 4.38	Saya Merasa Senang Setelah Berbelanja Pada Lazada.....	107
Tabel 4.39	Saya Puas Terhadap <i>Value</i> (Nilai) Yang Diberikan Lazada .....	108
Tabel 4.40	Hasil Uji Validasi.....	110
Tabel 4.41	Hasil Uji Realibilitas Pengalaman Pelanggan.....	112
Tabel 4.41	Hasil Uji Realibilitas Loyalitas Pelanggan .....	113
Tabel 4.42	Hasil Uji Realibilitas Kepuasan Pelanggan .....	114

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Transaksi <i>E-Commerce</i> Indonesia Terbesar Di Asia Tenggara ...	3
Gambar 1.2 Pengguna Internet Di Indonesia .....	4
Gambar 1.3 Sepuluh <i>E-Commerce</i> Pengunjung Terbesar.....	5
Gambar 1.4 Presentase Hasil Review Lazada Indonesia .....	8
Gambar 1.5 Keluhan Terkait Promosi Lazada.....	9
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur Path.....	59



## LAMPIRAN

### Halaman

Lampiran 1	Daftar Riwayat Hidup .....	131
Lampiran 2	Tabulasi Pengalaman Pelanggan .....	132
Lampiran 3	Tabulasi Loyalitas Pelanggan .....	135
Lampiran 4	Tabulasi Kepuasan Pelanggan .....	138
Lampiran 5	Kuesioner Penelitian .....	141
Lampiran 6	Prasurvey Penelitian Data Responden .....	149
Lampiran 7	Uji Validitas .....	151
Lampiran 8	Uji Reliabilitas .....	154
Lampiran 9	Hasil Output <i>Path Analysis</i> .....	155
Lampiran 10	T Tabel .....	158
Lampiran 11	F Tabel .....	161
Lampiran 12	R Tabel .....	164
Lampiran 13	Catatan Kegiatan Konsultasi Bimbingan .....	167

