



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**ANALISIS PENGARUH CONVENIENCE, TRANSACTION
PROCESS, SYSTEM QUALITY, DAN CONTENT RELIABILITY
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION SERTA
IMPLIKASINYA TERHADAP CUSTOMER COMPLAINT DAN
REPURCHASE INTENTON**

(Suatu Studi Pada Konsumen *Mobile Application Lazada*)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E.)

ERIC DARMAWAN

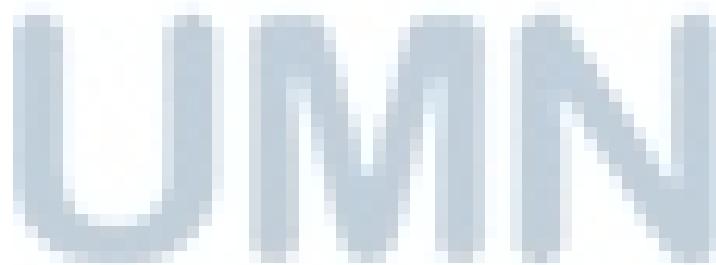
12130110035

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

MOTO DAN PERSEMBAHAN



SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN
BAGI SEMUA ORANG YANG MAMPU
BANGKIT DARI KETERPURUKAN

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Eric Darmawan

Nomor Induk Mahasiswa : 12130110035

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Convenience, Transaction Process, System Quality, dan Content Reliability* terhadap *Customer Satisfaction* Serta Implikasinya terhadap *Customer Complaint* dan *Repurchase Intention* (Suatu Studi Pada Konsumen *Mobile Application Lazada*)

Dosen Pembimbing : Purnamaningsih, S.E., M.S.M.

Tangerang, 25 Januari 2016

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen

Purnamaningsih, S.E., M.S.M.

Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Eric Darmawan menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Convenience, Transaction Process, System Quality, dan Content Reliability terhadap Customer Satisfaction Serta Implikasinya terhadap Customer Complaint dan Repurchase Intention (Suatu Studi Pada Konsumen Mobile Application Lazada)**” adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila ditemukan kecurangan atau plagiat dalam skripsi ini, saya bersedia menerima konsekuensi yang telah ditentukan oleh pihak Universitas.

Tangerang, 25 Januari 2016

Yang membuat pernyataan,

Eric Darmawan

NIM: 12130110035

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membawa dampak terhadap berbagai hal, terutama perkembangan *internet*. Perkembangan *internet* di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat dari tahun ke tahun sehingga menciptakan sebuah peluang baru bagi para *marketer* untuk mencoba dan mempromosikan produknya secara *global* melalui teknologi *internet*. Salah satu perusahaan yang mencoba hal tersebut adalah Lazada yang merupakan perusahaan besar yang bergerak dalam bidang *e-commerce*. Saat ini Lazada memiliki sebuah *mobile application* yang mampu mendongkrak *traffic* yang dimiliki Lazada sebanyak tiga kali lipat dan menyumbang pendapatan yang signifikan. Walaupun *mobile application* ini mendapatkan penilaian yang baik dalam *Google Playstore* namun masih banyak *complaint* yang masuk kepada *customer service* Lazada. Salah satu cara agar Lazada dapat meningkatkan pembelian kembali dari konsumennya dan mengurangi *complaint* adalah dengan meningkatkan tingkat kepuasan dari konsumen mereka.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui jika *Customer Complaint* dan *Repurchase Intention* pada *mobile application* Lazada dipengaruhi oleh *Customer Satisfaction* melalui *Convenience*, *Transaction Process*, *System Quality*, dan *Content Reliability*. Model teoritis dalam penelitian ini disampaikan dengan 7 hipotesis yang akan diuji menggunakan *Structural Equation Model*. Sampel penelitian ini berjumlah 147 responden dengan kriteria: pria maupun wanita berusia di atas 17 tahun yang pernah menggunakan *mobile application* Lazada untuk berbelanja dalam 6 bulan terakhir, dan pernah mengalami masalah saat mengakses *mobile application* Lazada, dan pernah menyampaikan keluhan kepada *customer service* Lazada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *transaction process*, *system quality*, dan *content reliability* terhadap *customer satisfaction* lalu terdapat pengaruh antara *customer satisfaction* dengan *repurchase intention* dan *customer complaint* terhadap *repurchase intention*. Namun ditemukan bahwa *convenience* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction* dan *customer satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *customer complaint*. Maka seluruh hipotesis penelitian yang diajukan tidak semuanya sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Sehingga disarankan Lazada untuk memperhatikan kepuasan pelanggannya agar dapat meningkatkan *repurchase intention* dan mengurangi *customer complaint* yang masuk.

Kata Kunci: *Convenience*, *Transaction Process*, *System Quality*, *Content Reliability*, *Customer Satisfaction*, *Customer Complaint*, dan *Repurchase Intention*

HUSNIAH TAIDAH

ABSTRACT

Technology development had an impact on many things, especially the internet. The internet in Indonesia has a significant growth from year to year and it creates new opportunity for marketers to sell or promote their product across the world with the internet. One of the company who use the internet as their marketing strategy is Lazada which is one of the biggest e-commerce company in Indonesia. Right now Lazada has a mobile application that increased the traffic three times and give a significant revenue for the company. Although their mobile application get a high rating in Google Playstore, they still got a lot of complaint from their customers. One of the solution to resolve the issue to increase repurchase intention and decrease customer complaint is increasing the customer satisfaction.

The purpose from this research is to find out if Customer Complaint and Repurchase Intention on mobile application Lazada is affected by Customer Satisfaction through Convenience, Transaction Process, System Quality, and Content Reliability. The theoretical model presented in this research is conveyed with 7 hypotheses that are going to be tested using Structural Equation Models. Sample of this research were 147 respondents with following criteria : men and women aged over 17 years who ever used a mobile application Lazada for shopping in the last 6 months, and experienced a problem while accessing the mobile application Lazada, and complained to customer service Lazada.

The result of the analysis showed that there is a significant effect from transaction process, system quality, and content reliability to customer satisfaction also an effect from customer satisfaction to repurchase intention and customer complaint to repurchase intention. However in this case the finding shows the data does not support the hypothesis convenience has an effect to customer satisfaction and customer satisfaction has an effect to customer complaint. The conclusion is Lazada have to increase their customer satisfaction to increase their repurchase intention and decrease their customer complaint.

Keyword : Convenience, Transaction Process, System Quality, Content Reliability, Customer Satisfaction, Customer Complaint, and Repurchase Intention



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat dan penyertaanNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dengan sesuai waktu yang telah ditentukan, yaitu berjudul Analisis Pengaruh *Convenience, Transaction Process, System Quality, dan Content Reliability* terhadap *Customer Satisfaction* Serta Implikasinya terhadap *Customer Complaint* dan *Repurchase Intention* (Suatu Studi Pada Konsumen *Mobile Application Lazada*).

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (1) Jurusan Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Penulis telah mendapat banyak pengalaman dan ilmu pengetahuan selama proses penulisan skripsi ini. Dan agar sekiranya skripsi ini dapat memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai ilmu pemasaran khususnya *convenience, transaction process, system quality, content reliability, customer satisfaction, customer complaint, dan repurchase intention*, serta dapat memberikan informasi, pandangan dan saran terkait aplikasi pada *smartphone* dalam bidang *e-commerce*.

Penulis juga menyadari bahwa seluruh rangkaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan, petunjuk dan saran dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat berjalan dengan baik, khususnya kepada :

1. Tuhan yang maha Esa yang selalu memberikan berkat dan dorongan, serta telah memberikan kesehatan baik jasmani maupun rohani, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Orang tua yang selalu memberikan doa dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktunya dalam membimbing, memberikan petunjuk dan nasihat serta memotivasi penulis selama proses pembuatan skripsi ini hingga selesai.
4. Ibu Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan nasihat selama penulis kuliah dan menyusun skripsi.
5. Fiona Jovita, Andre Leonardo, Angelia Herlambang, dan Damasus A. Saverio yang telah memberi dukungan dan motivasi kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.
6. Teman-teman satu bimbingan, Robin, Arvin, dan Friska yang telah memberikan semangat dan motivasi serta masukan yang menguatkan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan wawasan, ilmu pengetahuan dan pengalaman mengenai ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran, metodologi penelitian dan riset pemasaran, yang akhirnya dapat mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Para responden yang telah bersedia dimintain waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk mendekati kesempurnaan itu, penulis sangat terbuka dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun, agar kelak dapat menghasilkan karya yang lebih baik lagi. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi seluruh pihak yang membacanya. Terima kasih.

Tangerang, 25 Januari 2016



DAFTAR ISI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR BAGAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Batasan Penelitian.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 <i>E-Commerce</i>	16
2.2 <i>Consumer Behavior</i>	17
2.2.1 <i>Consumer Decision Making</i>	17
2.3 <i>Repurchase Intention</i>	19
2.4 <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.5 <i>Convenience</i>	22
2.6 <i>Transacton Process</i>	22
2.7 <i>System Quality</i>	23
2.8 <i>Content Reliability</i>	24

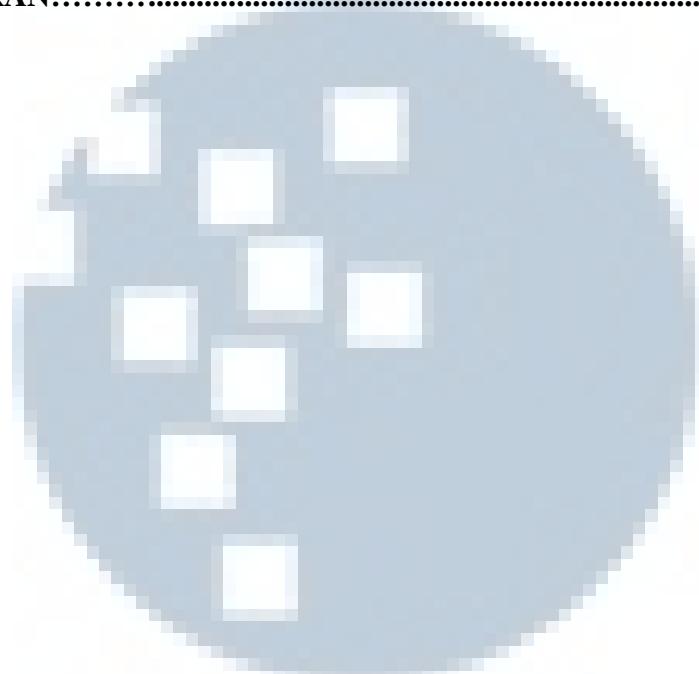
2.9 <i>Customer Complaint</i>	25
2.10 Model Penelitian.....	27
2.11 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	29
2.11.1 Hubungan antara <i>Convenience</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.11.2 Hubungan antara <i>Transaction Process</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.11.3 Hubungan antara <i>System Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.11.4 Hubungan antara <i>Content Reliability</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	32
2.11.5 Hubungan antara <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Complaint</i>	33
2.11.6 Hubungan antara <i>Customer Complaint</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	34
2.11.7 Hubungan antara <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	34
2.12 Penelitian Terdahulu	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Gambaran Umum Projek Penelitian	40
3.2 Jenis dan Desain Penelitian	46
3.3 Prosedur Penelitian	48
3.4 Populasi dan Sampel.....	49
3.4.1 <i>Sample Unit</i>	49
3.4.2 <i>Time Frame</i>	49
3.4.3 <i>Sampling Size</i>	50
3.3.4 <i>Sampling Technique</i>	50
3.5 Operasionalisasi Variabel Penelitian	51
3.6 Teknik Pengolahan Analisis Data.....	60
3.6.1 Metode Analisis Data <i>Pretest Menggunakan Faktor</i> Analisis	60

3.6.1.1 Uji Validitas.....	60
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	62
3.6.2 Metode Analisis Data dengan <i>Structural Equation Model</i> ...	62
3.6.2.1 Kecocokan Keseluruhan Model (<i>Overall Model Fit</i>)	63
3.6.2.2 Kecocokan Model Pengukuran (<i>Measurement Model Fit</i>)	66
3.6.2.3 Kecocokan Model Struktural (<i>Structural Model Fit</i>)	67
3.6.3 Model Pengukuran	71
3.6.4 Model Keseluruhan Penelitian (<i>Path Diagram</i>)	75
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	 76
4.1 Profil Responden.....	76
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	77
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Domisili	79
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata – Rata Untuk Berbelanja <i>Online</i>	80
4.1.6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Gangguan Yang Pernah Dialami	81
4.1.7 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Keluhan Yang Terselesaikan	82
4.1.8 Profil Responden Berdasarkan Media Penyampaian Keluahan.....	83
4.1.9 Profil Responden Berdasarkan Kategori Produk Yang Terakhir Dibeli	84
4.2 Analisis Deskriptif	85
4.2.1 <i>Convenience</i>	85
4.2.2 <i>Transaction Process</i>	87
4.2.3 <i>System Quality</i>	88

4.2.4 <i>Content Reliability</i>	89
4.2.5 <i>Customer Satisfaction</i>	90
4.2.6 <i>Customer Complaint</i>	91
4.2.7 <i>Repurchase Intention</i>	93
4.3 Uji Instrumen <i>Pre-Test</i>	94
4.4 Hasil Analisis Data <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	97
4.4.1 Hasil Analisis Kecocokan Keseluruhan Model.....	98
4.4.2 Hasil Analisis Model Pengukuran.....	100
4.4.2.1 Hasil Uji Validitas Keseluruhan Data	101
4.4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan Data	103
4.4.3 Hasil Analisis Model Struktural	107
4.5 Pembahasan	113
4.5.1 Hasil Uji Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	113
4.5.2 Hasil Uji Pengaruh <i>Transaction Process</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	114
4.5.3 Hasil Uji Pengaruh <i>System Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	114
4.5.4 Hasil Uji Pengaruh <i>Content Reliability</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	115
4.5.5 Hasil Uji Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Complaint</i>	115
4.5.6 Hasil Uji Pengaruh <i>Customer Complaint</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	115
4.5.7 Hasil Uji Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	116
4.6 Implikasi Manajerial.....	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	130
5.1 Kesimpulan	130
5.2 Saran.....	132

5.2.1 Saran untuk Perusahaan	132
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	134
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN.....	140



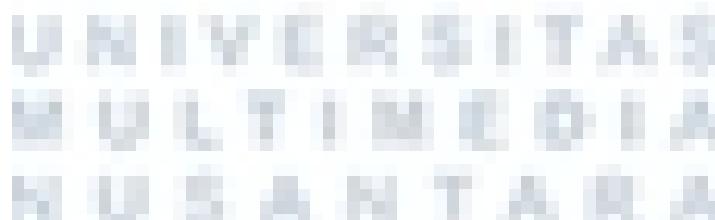
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Dunia (2015).....	1
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet di Asia (2015).....	2
Gambar 1.3 <i>Traffic Ranks Lazada.co.id</i> (2015)	5
Gambar 1.4 Tampilan Aplikasi <i>Mobile Lazada</i>	6
Gambar 1.5 Beberapa Contoh <i>Complaint Review Lazada</i>	7
Gambar 2.1 <i>Consumer Decision Making Process</i>	18
Gambar 2.2 Model Penelitian	27
Gambar 3.1 <i>User Interface Lazada.co.id</i>	40
Gambar 3.2 <i>Traffic Lazada.co.id</i> dalam www.Alexa.com.....	41
Gambar 3.3 <i>User Interface Mobile Application Lazada</i>	43
Gambar 3.4 Tahap Pembayaran <i>Mobile Application Lazada</i>	44
Gambar 3.5 Metode Pembayaran Dalam <i>Mobile Application Lazada</i>	44
Gambar 3.6 Katalog <i>Mobile Application Lazada</i>	45
Gambar 3.7 <i>Research Design</i>	46
Gambar 3.8 Model Pengukuran <i>Convenience</i>	71
Gambar 3.9 Model Pengukuran <i>Transaction Process</i>	72
Gambar 3.10 Model Pengukuran <i>System Quality</i>	72
Gambar 3.11 Model Pengukuran <i>Content Reliability</i>	73
Gambar 3.12 Model Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i>	73
Gambar 3.13 Model Pengukuran <i>Customer Complaint</i>	74
Gambar 3.14 Model Pengukuran <i>Repurchase Intention</i>	75
Gambar 3.15 Model Keseluruhan Penelitian (<i>Path Diagram</i>).....	75

Gambar 4.1 <i>Path Diagram Standarized Solution</i>	101
Gambar 4.2 <i>Path Diagram T-Value</i>	101
Gambar 4.3 <i>Path Diagram Estimate</i>	108
Gambar 4.4 <i>Path Diagram T-Value</i>	109
Gambar 4.5 Ilustrasi <i>User Interface</i> Dengan Tombol Beli Sekarang	118
Gambar 4.13 Contoh Ilustrasi <i>Pop-Out Box</i> Pembayaran	119
Gambar 4.14 Contoh Ilustrasi <i>Tutorial</i> Proses Transaksi	120
Gambar 4.15 Contoh Ilustrasi Pembersihan <i>Data (Clear Data)</i>	122
Gambar 4.16 Ilustrasi <i>Flowchart</i> Pemilihan <i>Supplier / Vendor</i>	123
Gambar 4.17 Ilustrasi <i>Flowchart</i> Untuk Proses Pengiriman Barang.....	124
Gambar 4.18 Contoh Ilustrasi <i>Recommended For You</i> Dalam Katalog Kategori.....	125

Gambar 4.19 Contoh Ilustrasi Fitur *Livechat* Dalam *Mobile Application*

Lazada.....	127
Gambar 4.20 Contoh Ilustrasi Promosional <i>Discount</i>	128
Gambar 4.21 Contoh Ilustrasi Promo <i>Discount Ulang Tahun</i>	129



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis Komplain Pada <i>Mobile Application Lazada</i>	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	54
Tabel 3.2 Uji Validitas	61
Tabel 3.3 Perbandingan ukuran-ukuran <i>Goodness of Fit – Absolute Fit Measure</i>	64
Tabel 3.4 Perbandingan ukuran-ukuran <i>Goodness of Fit – Incremental Fit Measure</i>	65
Tabel 3.5 Perbandingan ukuran-ukuran <i>Goodness of Fit – Parsimonius Fit Measure</i>	66
Tabel 4.1 Skala <i>Interval 5 Kategori</i>	85
Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Convenience</i>	86
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Transaction Process</i>	87
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>System Quality</i>	88
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Content Reliability</i>	89
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	90
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Customer Complaint</i>	92
Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i>	93
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Pre-test</i>	94
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	96
Tabel 4.11 Hasil Analisis Kecocokan Seluruh Model	98

Tabel 4.12 Uji Validitas	102
Tabel 4.13 Kesimpulan dan Analisis Reliabilitas	106
Tabel 4.14 Hasil Analisis Model Struktural.....	109
Tabel 4.15 Pembagian Kategori Generasi.....	113
Tabel 4.15 Pembagian Kategori Generasi Dari Data Penelitian	114
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis	126



DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Grafik 4.2 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	77
Grafik 4.3 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
Grafik 4.4 Persentase Jumlah Responden Berdasakan Domisili	79
Grafik 4.5 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata – Rata Untuk Berbelanja Online.....	80
Grafik 4.6 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Gangguan Yang Dialami.....	81
Grafik 4.7 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Keluhan Yang Terselesaikan.....	82
Grafik 4.8 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Media Penyampaian Keluhan.....	83
Grafik 4.9 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Kategori Produk Yang Terakhir Dibeli	84

