

KATA PENGANTAR

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 Dimensi Application Design, Customer Service, Security And Privacy, Dan Fulfilment Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Dan Customer Trust Pada Pelanggan Lazada Di Denpasar.” ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini. 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 terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Adapaun ucapan terimakasih ini ingin disampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Ronald, ST, MM, CSMA, CDM, PMA, selaku *Executive director, Associate Dean*, dan pembimbing pertama saya yang membantu saya selama masa perkuliahan selama saya berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya
2. Ibu Dr. Amelia, SE, RFP-I, MM, CSMA, CDM, selaku ketua Program Studi Manajemen dan pembimbing kedua saya yang membantu saya selama masa perkuliahan selama saya berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya

3. Ibu Janice Carysa, S.M., M.M., CSMA., selaku dosen penguji pertama saya yang juga membantu memberikan masukan kepada penulis untuk memperbaiki penelitian ini.
4. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M., selaku dosen penguji kedua saya yang juga membantu memberikan masukan kepada penulis untuk memperbaiki penelitian ini.
5. Kedua orang tua saya yang telah senantiasa membantu, memberikan support dan selalu memiliki harapan dan doa yang terbaik untuk saya setiap saat sampai sekarang, sehingga pada akhirnya saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat.
6. Adik dan saudara saya yang selalu membantu banyak hal dan menyemangati dalam kehidupan saya.
7. Selain itu saya juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman, sahabat, dan pihak-pihak lain yang juga membantu dalam kehidupan perkuliahan saya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga atas segala kebaikan, dukungan dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis hanya dapat terbalaskan. Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis serta pihak-pihak yang berhubungan dengan tugas akhir ini. Segala kritik, saran dan masukan penulis siap menerimanya dengan kerendahan hati

Surabaya, 14 Desember 2021

Ayu Wulan Pradipta Gandra Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
IDENTITAS TIM PENGUJI	ii
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	III
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	IV
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT.....	IX
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	28
1.3 Rumusan Masalah	29
1.4 Tujuan Penelitian	30
1.5 Manfaat Penelitian	31
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	31
1.5.2 Manfaat Praktis	32
1.6 Sistematika Penulisan	33
BAB II	34
TINJAUAN PUSTAKAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	34
2.1. Landasan Teori.....	34
2.1.1. <i>Customer Loyalty</i>	34
2.1.2. <i>Customer Trust</i>	35
2.1.3. <i>Customer Satisfaction</i>	36
2.1.4. <i>Application Design</i>	37
2.1.4.1. <i>Information Quality</i>	38
2.1.4.2. <i>Application Aesthetics</i>	39
2.1.4.3. <i>Purchase Process</i>	40
2.1.4.4. <i>Application Convenience</i>	41

2.1.4.5. <i>Product Selection</i>	42
2.1.4.6. <i>Price Offerings</i>	42
2.1.4.7. <i>Application Personalization</i>	43
2.1.4.8. <i>System Availability</i>	44
2.1.5. <i>Customer Service</i>	45
2.1.5.1. <i>Service Level</i>	46
2.1.5.2. <i>Return Handling / Policy</i>	47
2.1.6. <i>Security and Privacy</i>	47
2.1.6.1. <i>Security</i>	48
2.1.6.2. <i>Privacy</i>	49
2.1.7. <i>Fulfilment</i>	50
2.1.7.1. <i>Timeliness of Delivery</i>	51
2.1.7.2. <i>Order Accuracy</i>	52
2.1.7.3. <i>Delivery Condition</i>	52
2.2. Penelitian Terdahulu	53
2.3. Pengembangan Hipotesis	58
2.3.1. Pengaruh <i>Application Design</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	58
2.3.2. Pengaruh <i>Application Design</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	59
2.3.3. Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59
2.3.4. Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	60
2.3.5. Pengaruh <i>Security and Privacy</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	61
2.3.6. Pengaruh <i>Security and Privacy</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	61
2.3.7. Pengaruh <i>Fulfilment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	62
2.3.8. Pengaruh <i>Fulfilment</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	62
2.3.9. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	63
2.3.10. Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	64
2.4. Model Penelitian	65
2.5. Bagan Alur Berfikir	66
BAB III	70
METODOLOGI PENELITIAN	70
3.1. Jenis Penelitian dan Jenis Data	70
3.1.1. Jenis Penelitian	70

3.1.2. Jenis Data	71
3.2. Populasi dan Sample	72
3.2.1. Populasi	72
3.2.2. Sampel.....	72
3.3. Metode Pengumpulan Data	74
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	79
3.5 Metode Analisis Data	84
3.5.1. Uji Reliabilitas	101
BAB IV	103
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	103
4.1 Gambaran Umum	103
4.1.1 Lazada	103
4.1.2 Profil Responden.....	105
4.2 Analisis Data	108
4.2.1 Tanggapan Responden	108
4.2.2 Analisis Deskriptif Variable.....	124
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data	145
4.2.4 Analisis Full Structural Equation Modeling	156
4.2.5 Uji Reliabilitas	161
4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis	163
4.3 Pembahasan.....	174
BAB V.....	204
KESIMPULAN.....	204
5.1 Simpulan	204
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	205
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	217
5.2 Implikasi.....	218
5.2.1 Implikasi Teoritis	218
5.2.2 Implikasi Manajerial	220
5.3 Rekomendasi	237
DAFTAR PUSTAKA	239

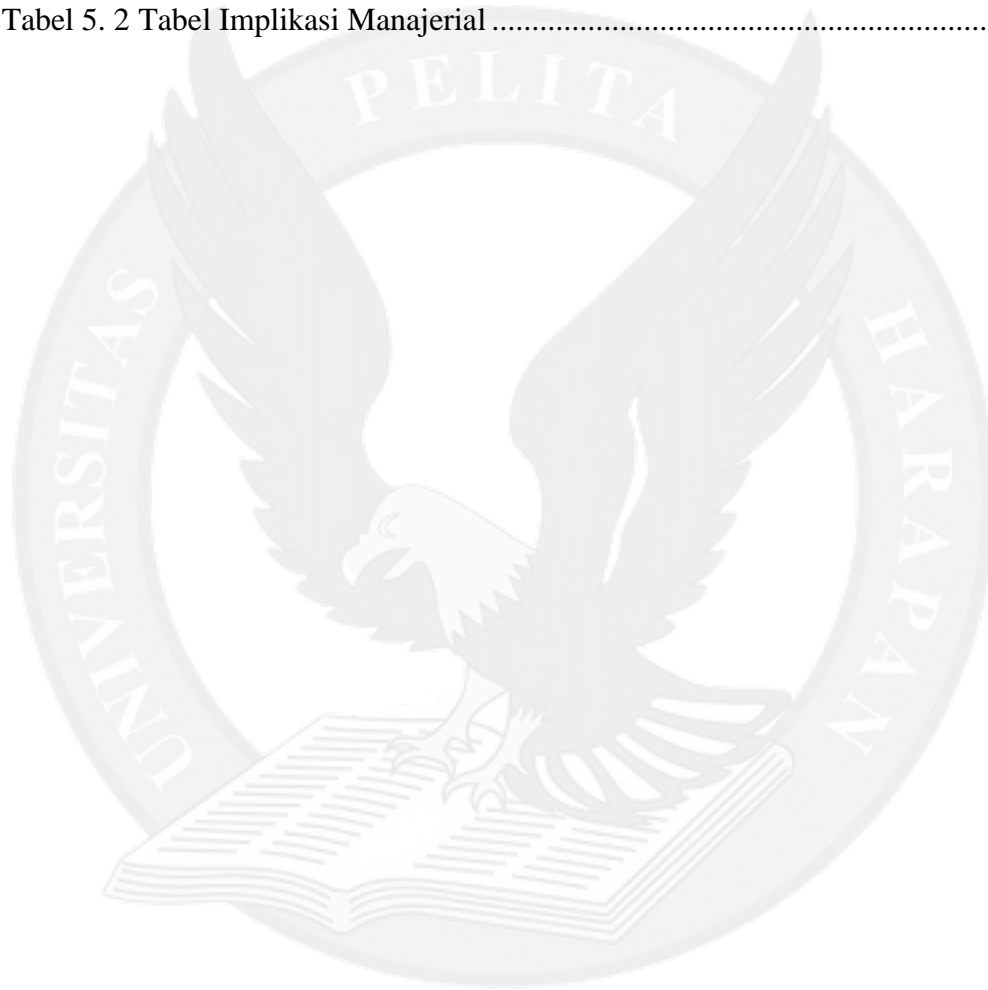
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Seluruh Dunia per Januari 2021	2
Gambar 1. 2 Data Pengguna Internet di Seluruh Dunia per Januari 2020	3
Gambar 1. 3 Logo Lazada	5
Gambar 1. 4 <i>Rating</i> Aplikasi Lazada	9
Gambar 1. 5 Fitur Chat Customer Care	10
Gambar 1. 6 Tampilan Depan <i>Application</i> Lazada	10
Gambar 1. 7 Informasi Produk Lazada	12
Gambar 1. 8 Halaman <i>Application</i> Lazada	13
Gambar 1. 10 Halaman LazGlobal	14
Gambar 1. 9 Kategori Produk Lazada	14
Gambar 1. 11 Halaman LazMall	15
Gambar 1. 12 Promo <i>Weekend Special</i> Lazada	16
Gambar 1. 13 Promo <i>Electronics Lovers Mega Discount</i> Lazada	16
Gambar 1. 14 Pusat Bantuan Lazada	17
Gambar 1. 15 Customer Care Lazada	17
Gambar 1. 16 Halaman Depan Aplikasi Lazada	18
Gambar 1. 17 <i>Application</i> Lazada University	19
Gambar 1. 18 Customer Service Lazada	20
Gambar 1. 19 Sertifikasi ISO/IEC 27001:2013 Lazada	22
Gambar 1. 20 Sertifikasi PCI DSS Lazada	23
Gambar 1. 21 Chat Cleo Lazada	24
Gambar 1. 22 Detail Jalur Pengiriman Lazada	26
Gambar 1. 23 Ulasan Pelanggan Lazada	27
Gambar 1. 24 Ulasan Pelanggan Lazada	28
Gambar 2. 1 Model Penelitian Terdahulu	53
Gambar 2. 2 Hasil Penelitian Terdahulu Jurnal Utama	55
Gambar 2. 3 Hasil Penelitian Jurnal Acuan Kedua	57
Gambar 2. 4 Model Penelitian	65
Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	88
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden	106
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden	106
Gambar 4. 2 Usia Responden	107
Gambar 4. 3 SEM Model Variable Eksogen	152
Gambar 4. 4 SEM Model Variable Endogen	155
Gambar 4. 5 Full Structural Equation Model	157

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Lima E-Commerce Terbesar di Indonesia Hasil Riset iPrice Q4 Tahun 2020.....	7
Tabel 3. 1 Desain Inti Kuisisioner	75
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variable.....	80
Tabel 3. 3 Keterangan Indikator Kontrak	85
Tabel 3. 4 Keterangan Hubungan Kontrak	89
Tabel 3. 5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran konstruk Eksogen dan Endogen	92
Tabel 3. 6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit</i>)	99
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	106
Tabel 4. 2 Usia Responden	107
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variable	109
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Application Design	111
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Customer Service.....	115
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Security and Privacy	117
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Fulfilment	119
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Customer Satisfaction.....	120
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Customer Trust	122
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap Customer Loyalty	123
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap variable Application Design	124
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap variable Customer Service	133
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap variable Security and Privacy	135
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variable Fulfilment.....	137
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Customer Satisfaction	141
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Customer Trust.....	142
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Customer Loyalty.....	143
Tabel 4. 18 Evaluasi Normalitas Data.....	147
Tabel 4. 19 Statistik Deskriptif Z-Score	149
Tabel 4. 20 Mahalanobis Distance	150
Tabel 4. 21 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Variable Eksogen	153
Tabel 4. 22 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Variable Endogen.....	156
Tabel 4. 23 Index Goodness of Fit	158
Tabel 4. 24 Regression Weight Full Structure Equation Model	158
Tabel 4. 25 Uji Reliability.....	161
Tabel 4. 26 Hasil Uji Hipotesis	163
Tabel 4. 27 Indikator-indikator yang mengukur Variable Application Design ...	180
Tabel 4. 28 Indikator-indikator yang mengukur Variable Customer Service.....	189

Tabel 4. 29 Indikator - indikator yang mengukur Variable Security and Privacy	192
Tabel 4. 30 Indikator-Indikator yang mengukur Variable Fulfilment	195
Tabel 4. 31 Indikator - indikator yang mengukur Variable Customer Satisfaction	199
Tabel 4. 32 Indikator - indikator yang mengukur Variable Customer Trust	201
Tabel 4. 33 Indikator - Indikator yang mengukur Variable Customer Loyalty ...	202
Tabel 5. 1 Tabel Implikasi Teoritis	218
Tabel 5. 2 Tabel Implikasi Manajerial	230



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER	A-1
LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUISIONER.....	B-1
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK	C-1
LAMPIRAN D : HASIL PENGUJIAN <i>STRUCTURAL EQUATION MODEL</i> .	D-1

