

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA *E-COMMERCE* PENYEDIA APLIKASI**

TUGAS AKHIR

*Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan
Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas*

Oleh:

TARA CANTIKA
1510931024

Pembimbing:

WISNEL, M.Sc
PRIMA FITHRI, M.T



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2019**

ABSTRAK

E-commerce merupakan suatu transaksi jual beli yang dilakukan secara online. Salah satu faktor penting yang menentukan sukses atau gagalnya suatu e-commerce yaitu kualitas pelayanan. Dimana baik buruknya kualitas pelayanan sebuah e-commerce dapat berpengaruh terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan. E-servqual merupakan salah satu metode yang digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan elektronik. Ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan suatu e-commerce dapat diketahui dengan adanya keluhan pelanggan. Menurut YLKI, keluhan konsumen terbanyak selama tahun 2017 yaitu keluhan mengenai belanja online. Dimana sebagian besar keluhan tersebut berhubungan dengan pelayanan yaitu Layanan komplain tidak ditindaklanjuti, pelayanan barang, pelayanan sistem, dugaan kejahatan sistem, dugaan penipuan dan dugaan kejahatan siber. Selain itu, YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) juga menyampaikan bahwa keluhan belanja online terbanyak ditujukan kepada e-commerce penyedia aplikasi seperti lazada, tokopedia, shopee dan lain-lain. Berdasarkan hal-hal tersebut, maka perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada e-commerce penyedia aplikasi di Indonesia. Penelitian ini dilakukan pada e-commerce penyedia aplikasi empat teratas yang paling sering dikunjungi pada TW IV Tahun 2018 yaitu lazada, tokopedia, bukalapak dan shopee.

Sampel pada penelitian ini terdiri dari 117 orang yang pernah berbelanja pada e-commerce shopee, lazada, bukalapak atau tokopedia. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu SEM-PLS dengan bantuan software SmartPLS 3. Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu daya tanggap, personalisasi dan keandalan. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh signifikan yaitu kegunaan website, kualitas informasi dan jaminan. Variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yaitu kepuasan pelanggan, jaminan dan kegunaan website. Sedangkan variabel keandalan, kualitas informasi, personalisasi dan daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : E-commerce, e-servqual, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, SEM-PLS