



**PENGARUH KEMUDAHAN DAN PENGALAMAN  
PEMBELIAN TERHADAP KEPUASAN DAN IMPLIKASINYA  
PADA LOYALITAS PELANGGAN  
( STUDI KASUS PELANGGAN TOKO ONLINE  
LAZADA DI KABUPATEN KUDUS )**

Oleh :

**BAYU ADI TIYAN**

**2015-11-191**

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2020**



**PENGARUH KEMUDAHAN DAN PENGALAMAN  
PEMBELIAN TERHADAP KEPUASAN DAN IMPLIKASINYA  
PADA LOYALITAS PELANGGAN  
( STUDI KASUS PELANGGAN TOKO ONLINE  
LAZADA DI KABUPATEN KUDUS )**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**BAYU ADI TIYAN**

**2015-11-191**

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2020**

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN PENGALAMAN PEMBELIAN  
TERHADAP KEPUASAN DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS  
PELANGGAN ( STUDI KASUS PELANGGAN TOKO ONLINE  
LAZADA DI KABUPATEN KUDUS )**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal.....

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen

Dina Lusianti, SE, MM, AAK  
NIDN. 0630098401

Pembimbing I

Dr. Mamik Indarvani, MS  
NIDN. 0628045901

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM  
NIDN. 0618066201

Pembimbing II

  
Iwan Suroso, SE, MM,  
NIDN. 0603067701

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

*Sesungguhnya orang yang menunjukkan kebaikan mendapat pahala sama dengan orang yang melakukannya*

(*H.R Tirmidzi*)

*“Lelaki menjadi semakin kuat saat ditolak”.*

(*Jiraiya*)

### Persembahan :

Penulis persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Orang tuaku tercinta yang selalu menjadi guru, sahabat dan penopang lewat do'a dan kasih sayang
2. Adik ku tercinta
3. Teman dekat yang selalu dihati
4. Saudara – saudaraku
5. Sahabat – sahabatku
6. Almamaterku UMK

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**PENGARUH KEMUDAHAN DAN PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP KEPUASAN DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS PELANGGAN ( STUDI KASUS PELANGGAN TOKO ONLINE LAZADA DI KABUPATEN KUDUS)**". Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan studi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Suparnyo, SH, M.S selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dina Lusianti, SE. MM. AAK selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Ibu Dr Mamik Indaryani, MS selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan maupun motivasi demi terwujunya skripsi ini.
5. Iwan Suroso, SE. MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, terkhusus Jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus atas segala ilmu yang telah diberikan.
7. Kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sampaikan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis sadar dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat serta menambah pengetahuan bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Kudus, 2019

**Bayu Adi Tiyani**  
2015-11-191

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN PENGALAMAN PEMBELIAN  
TERHADAP KEPUASAN DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS  
PELANGGAN ( STUDI KASUS PELANGGAN TOKO ONLINE  
LAZADA DI KABUPATEN KUDUS )**

**Oleh:**  
**BAYU ADI TIYAN**  
**2015-11-191**

Pembimbing : 1. Dr Mamik Indaryani, MS  
2. Iwan Suroso, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMAN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kemudahan dan pengalaman pembelian terhadap kepuasan dan implikasinya pada loyalitas pelanggan toko online lazada di kabupaten kudus dimana diajukan dua variabel bebas/*independen*, satu variabel *intervening* dan satu variabel terikat/*dependen*. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap pelanggan toko online lazada di kabupaten kudus dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Tahap pertama ialah menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi variabel kemudahan dan pengalaman pembelian terhadap kepuasan dan implikasinya pada loyalitas pelanggan toko online lazada di kabupaten kudus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu kemudahan dan pengalaman pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta variabel kepuasan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kemudahan dan pengalaman pembelian memiliki pengaruh sebesar 53,9% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kemudahan, pengalaman pembelian dan kepuasan memiliki pengaruh sebesar 74,2% terhadap loyalitas pelanggan. Pihak Lazada Indonesia sebaiknya lebih meningkatkan kemudahan dan pengalaman pembelian karena terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, peningkatan tersebut dapat berupa memperbaiki *user interface* sehingga mudah digunakan, akses menghubungi *customer service* yang mudah, barang yang sesuai dengan foto dan deskripsi produk dan pengiriman ekspedisi lazada diperbaiki sehingga tidak terjadi keterlambatan pengiriman yang menyebabkan kekecewaan.

**Kata Kunci:** **kemudahan, pengalaman pembelian, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan**

**EFFECT OF EASY TO USE AND PURCHASE EXPERIENCE OF  
SATISFACTION AND ITS IMPLICATIONS IN CUSTOMER LOYALTY  
(CASE STUDY OF CUSTOMER ONLINE STORE LAZADA IN KUDUS  
DISTRICT)**

*By:*  
**Bayu Adi Tiyani**  
**2015-11-191**

*Advisor : 1. Dr Mamik Indaryani, MS  
2. Iwan Suroso, SE. MM.*

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY  
PROGRAMS**

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of easy to use and experience of purchase on satisfaction and its implications on customer loyalty in the lazada online store in Kudus regency where two independent variables are proposed, one intervening variable and one dependent variable. This research was conducted by a survey method of lazada online store customers in Kudus regency with a total of 100 respondents. The first step is testing the validity and reliability of each variable's questions. The second stage, regressing the ease and purchase experience variable on satisfaction and its implications on the loyalty of the lazada online store customers in the Kudus district.*

*The results of this study indicate that all independent variables easy to use and purchasing experience have a positive and significant effect on customer satisfaction and loyalty variables, as well as satisfaction variables that have a positive and significant effect on customer loyalty. The ease and purchasing experience variable has an effect of 53.9% on customer satisfaction, while the ease, purchasing experience and satisfaction variable has an effect of 74.2% on customer loyalty. Lazada Indonesia should further improve the easy to use and experience of purchase because it has been proven to have a positive influence on customer satisfaction and loyalty, the increase can be in the form of improving the user interface so that it is easy to use, access to contact customer service is easy, goods that match the photos and product descriptions and shipping expeditions lazada repaired so that no delivery delays that cause disappointment.*

**Keywords:** *easy to use, purchasing experience, customer satisfaction, customer loyalty*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	6
1.3. Perumusan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Pemasaran .....	11
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.2. Manajemen Pemasaran .....	12
2.2. Kemudahan.....	12
2.2.1. Pengertian Kemudahan.....	12
2.2.2. Pentingnya kemudahan dalam <i>E-commerce</i> .....	13
2.2.3. Indikator Kemudahan .....	14
2.3. Pengalaman Pembelian .....	15
2.3.1. Pengertian Pengalaman Pembelian.....	15

	<b>Halaman</b>
2.3.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengalaman Pembelian..	16
2.3.3. Indikator Pengalaman Pembelian .....	17
2.4. Kepuasan Pelanggan .....	18
2.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	18
2.4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	18
2.4.3. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	20
2.5. Loyalitas Pelanggan .....	21
2.5.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	21
2.5.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	22
2.5.3. Indikator Loyalitas Pelanggan .....	23
2.6. Penelitian Terdahulu .....	25
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	28
2.8. Hipotesis.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	33
3.2. Variabel Penelitian .....	33
3.2.1. Macam Variabel.....	33
3.2.2. Definisi Operasional Variabel .....	34
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	39
3.3.1. Jenis data.....	39
3.3.2. Sumber data .....	40
3.4. Populasi dan Sampel .....	40
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	42
3.6. Uji Instrumen Data.....	42
3.6.1. Uji Validitas .....	42
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	44

	<b>Halaman</b>
3.7. Pengolahan Data .....	46
3.8. Analisis Data .....	47
3.8.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
3.8.2. Koefisien Determinasi .....	48
3.8.3. Uji Hipotesis .....	49
3.8.4. Uji F .....	50
3.8.4. Uji Mediasi .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	52
4.1.1. Gambaran Umum Lazada Indonesia.....	52
4.2. Penyajian Data .....	53
4.2.1. Data Identitas Responden.....	53
4.2.1.1. Jenis Kelamin Responden.....	53
4.2.1.2. Umur Responden .....	54
4.2.1.3. Pendidikan Terakhir Responden.....	54
4.2.2. Data Variabel.....	55
4.2.2.1. Variabel Kemudahan .....	55
4.2.2.2. Variabel Pengalaman Pembelian.....	56
4.2.2.3. Variabel Kepuasan Pelanggan.....	57
4.2.2.4. Variabel Loyalitas Pelanggan.....	57
4.3. Analisis Data .....	58
4.3.1. Analisis Regresi .....	58
4.4. Uji Model .....	61
4.4.1. Uji R <sup>2</sup> .....	61
4.4.2. Uji Hipotesis .....	62
4.4.3. Uji F .....	68

	<b>Halaman</b>
4.5. Uji Mediasi.....	71
4.6. Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1. Kesimpulan .....	78
5.2. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN.....	94



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
3.1. Tabel Z .....	41
3.2. Hasil Pengujian Validitas .....	43
3.3. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kemudahan .....	44
3.4. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Pengalaman Pembelian .....	45
3.5. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	45
3.6. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	46
4.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
4.2. Identitas Responden Berdasarkan Umur .....	54
4.3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	54
4.4. Frekuensi Variabel Kemudahan .....	55
4.5. Frekuensi Variabel Pengalaman Pembelian .....	56
4.6. Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	57
4.7. Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	58
4.8. Hasil Analisis Regresi Persamaan I .....	59
4.9. Hasil Analisis Regresi Persamaan II .....	60
4.10. Nilai <i>Adjusted R Square</i> .....	61
4.11. Hasil Uji Hipotesis .....	62
4.12. Hasil uji F .....	68

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	28
3.1. Analisis Jalur.....	51

