



PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA *E-COMMERCE LAZADA* (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI LAZADA DI PATI)

Oleh:

IRFAN PRABOWO

NIM. 201911595

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PENGGUNA *E-COMMERCE* LAZADA (STUDI PADA
PENGGUNA APLIKASI LAZADA DI PATI)**

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

Universitas Muria Kudus

Oleh:

IRFAN PRABOWO

NIM. 201911595

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PENGGUNA *E-COMMERCE* LAZADA (STUDI PADA
PENGGUNA APLIKASI LAZADA DI PATI)**

Nama : Irfan Prabowo
NIM : 201911595
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 21 Februari 2024

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Agung Subono, S.E., M.Si)
NIDN. 0520017602

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PENGGUNA *E-COMMERCE* LAZADA (STUDI PADA
PENGGUNA APLIKASI LAZADA DI PATI)**

Nama : Irfan Prabowo
NIM : 201911595
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 21 Februari 2024

Mengetahui

Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Mengetahui

Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Agung Subono, S.E., M.Si)
NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Allah tidak membebani jiwa lebih dari yang dapat ditanggungnya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Berhenti mengasihani dirimu sendiri. Jika tidak, hidupmu hanya akan menjadi mimpi buruk yang tidak ada habisnya.”

- Bungō Sutorei Daggusu (Bungou Stray Dogs)

PERSEMBAHAN:

1. Untuk ayah, ibu dan mbah saya yang selalu memberikan ketenangan, kenyamanan, motivasi, doa terbaik, dan menyisihkan finansialnya, sehingga saya bisa menyelesaikan masa skripsi saya. Kalian sangat berarti bagi saya.
2. Untuk adik saya, terima kasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Untuk teman-teman saya semua yang mengenal saya. Kalian sudah menjadi teman terbaik untuk saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada semua dosen Universitas Muria Kudus terutama untuk kedua dosen pembimbing saya, yang telah sabar membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, *Online Customer Review* dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna *E-Commerce* Lazada (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Pati)”**. Ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Agung Subono, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
6. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
7. Sahabat seperjuangan terima kasih selalu membantuku dalam semua pengerjaan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun sehingga dapat menyempurnakan tugas akhir ini di masa mendatang. Akhir kata, semoga penulisan skripsi ini bisa dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Kudus, 21 Februari 2024

Penulis,



Irfan Prabowo
NIM. 201911595

Pengaruh Kemudahan Penggunaan, *Online Customer Review* dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna E-Commerce Lazada (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Pati)

IRFAN PRABOWO

NIM. 2019-11-595

Pembimbing: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
2. Agung Subono, S.E., M.Si.

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, *online customer review* dan *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada pengguna e-commerce Lazada (studi pada pengguna aplikasi Lazada di Pati). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah konsumen pengguna aplikasi Lazada di Pati yang berjumlah 130 responden dan pengambilan sampel menggunakan metode *puspositive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SEM AMOS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Lazada di Pati. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Lazada di Pati. *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Lazada di Pati. Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Lazada di Pati. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Lazada di Pati. *E-service quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Lazada di Pati. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Lazada di Pati. Keputusan pembelian mampu memediasi kemudahan penggunaan dan *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen. Namun, keputusan pembelian tidak mampu memediasi *online customer review* terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, *Online Customer Review*, *E-Service Quality*, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen.

The Effect of Ease of Use, Online Customer Review and E-Service Quality on Consumer Satisfaction Through Purchasing Decisions as an Intervening Variable in Lazada E-Commerce Users (Study on Lazada Application Users in Pati)

IRFAN PRABOWO

NIM. 2019-11-595

Lecturer: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
2. Agung Subono, S.E., M.Si.

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM**

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of ease of use, online customer review and e-service quality on customer satisfaction through purchasing decisions as an intervening variable in Lazada e-commerce users (study on Lazada application users in Pati). The approach used in this research is a quantitative approach. The sample is consumers who use the Lazada application in Pati, totaling 130 respondents and sampling using purposive sampling method. The data collection technique in this study used a questionnaire. The data analysis technique uses SEM AMOS 24. The results showed that ease of use has a positive and significant effect on purchasing decisions for Lazada application users in Pati. Online customer review has a positive and significant effect on purchasing decisions for Lazada application users in Pati. E-service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for Lazada application users in Pati. Ease of use has no effect on customer satisfaction for Lazada application users in Pati. Online customer review has a positive and significant effect on customer satisfaction for Lazada application users in Pati. E-service quality has no effect on customer satisfaction for Lazada application users in Pati. Purchasing decisions have a positive and significant effect on customer satisfaction for Lazada application users in Pati. Purchasing decisions can mediate ease of use and e-service quality on customer satisfaction. However, purchasing decisions are not able to mediate online customer reviews on customer satisfaction.

Keywords: Ease of Use, Online Customer Review, E-Service Quality, Purchase Decision, Consumer Satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	10
1.3. Perumusan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Perilaku Konsumen	15
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen	15
2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2.2. Kepuasan Konsumen.....	17
2.2.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	17
2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	18
2.2.3. Indikator Kepuasan Konsumen	19
2.3. Keputusan Pembelian	20
2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.3.2. Proses Keputusan Pembelian.....	21
2.3.3. Indikator Keputusan Pembelian.....	22
2.3.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	24

2.4. Kemudahan Penggunaan	25
2.4.1. Pengertian Kemudahan Penggunaan	25
2.4.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan.....	26
2.4.3. Indikator Kemudahan Penggunaan.....	26
2.5. Online Customer Review	27
2.5.1. Pengertian Online Customer Review	27
2.5.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Online Customer Review</i>	28
2.5.3. Indikator Online Customer Review	31
2.6. E-Service Quality	32
2.6.1. Pengertian E-Service Quality	32
2.6.2. Indikator E-Service Quality	33
2.6.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>E-Service Quality</i>	34
2.7. Penelitian Terdahulu	35
2.8. Pengaruh Antar Variabel.....	38
2.8.1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian ..	38
2.8.2. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	38
2.8.3. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.8.4. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen ...	39
2.8.5. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Kepuasan Konsumen ...	39
2.8.6. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	40
2.8.7. Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen	40
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis	41
2.9.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	41
2.9.2. Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1. Rancangan Penelitian	43
3.2. Variabel Penelitian.....	43
3.2.1. Jenis Variabel.....	43
3.2.2. Definisi Operasional Variabel.....	44
3.3. Jenis dan Sumber Data	47
3.3.1. Jenis Data.....	47

3.3.2. Sumber Data	47
3.4. Populasi dan Sampel	48
3.4.1. Populasi	48
3.4.2. Sampel	48
3.5. Pengumpulan Data	49
3.6. Uji Instrumen.....	50
3.6.1. Uji Validitas	50
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	50
3.7. Pengolah Data	51
3.7.1. <i>Editing</i>	51
3.7.2. <i>Scoring</i>	51
3.7.3. <i>Tabulating</i>	52
3.7.4. <i>Coding</i>	52
3.8. Analisis Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.2. Deskripsi Responden.....	62
4.2.1. Karakteristik Responden.....	62
4.2.2. Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.3. Berdasarkan Usia	63
4.2.4. Berdasarkan Jenis Pekerjaan	63
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	64
4.3.1. Statistik Deskriptif Kemudahan Penggunaan	64
4.3.2. Statistik Deskriptif <i>Online Customer Review</i>	65
4.3.3. Statistik Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	66
4.3.4. Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	67
4.4. Analisis Data	70
4.4.1. Uji Instrumen.....	70
4.4.1.1. Uji Validitas	70
4.4.1.2. Uji Reliabilitas.....	80
4.4.2. Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	81

4.4.2.1. Uji Normalitas Data.....	81
4.4.2.2. Uji <i>Outliers</i>	82
4.4.3. Analisis Struktural Model (<i>Full Model</i>)	83
4.4.3.1. Model Fit	83
4.4.3.2. Koefisien Determinasi	84
4.4.3.3. Regression Weight.....	85
4.4.3.4. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	87
4.4.3.5. Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	91
4.4.3.6. Uji Mediasi	93
4.5. Pembahasan	94
4.5.1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian ...	94
4.5.2. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	96
4.5.3. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	97
4.5.4. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen	98
4.5.5. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Kepuasan Konsumen ..	100
4.5.6. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	101
4.5.7. Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN-LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Keluhan Pelayanan di Lazada 2023	7
Tabel 3. 1 Uji <i>Goodness of Fit</i>	59
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	64
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Kemudahan Penggunaan.....	65
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif <i>Online Customer Review</i>	66
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	67
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen	69
Tabel 4. 9 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen.....	71
Tabel 4. 10 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Perbaikan	72
Tabel 4. 11 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen.....	74
Tabel 4. 12 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen Perbaikan	75
Tabel 4. 13 Analisis <i>Full Measurment Goodness of Fit</i>	76
Tabel 4. 14 Analisis <i>Full Measurment</i> Perbaikan <i>Goodness of Fit</i>	78
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	79
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	80
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas Data	81
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>Outliers</i>	82
Tabel 4. 20 Analisis <i>Full Model Goodness of Fit</i> SEM	84
Tabel 4. 21 Hasil Koefisien Determinasi	85
Tabel 4. 22 Hasil <i>Regression Weight</i>	86
Tabel 4. 23 Hasil Pengujian Hipotesis	88
Tabel 4. 24 Pengaruh Langsung antar Variabel.....	91
Tabel 4. 25 Pengaruh Tidak Langsung antar Variabel.....	92
Tabel 4. 26 Hasil Uji Mediasi	93

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Peringkat <i>E-Commerce</i> 2022.....	4
Gambar 1. 3 Jumlah Pengunjung Lazada 2020-2022	5
Gambar 1. 4 Ulasan Pengguna Lazada 2023	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	41
Gambar 4. 1 <i>Convergent Validity</i> Variabel Eksogen	70
Gambar 4. 2 <i>Convergent Validity</i> Variabel Eksogen Perbaikan	72
Gambar 4. 3 <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen.....	73
Gambar 4. 4 <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen Perbaikan.....	75
Gambar 4. 5 Analisis <i>Full Measurement</i>	76
Gambar 4. 6 Analisis <i>Full Measurement</i> Perbaikan.....	77
Gambar 4. 7 Hasil Uji <i>Full Model Structural Equation Modelling</i> (SEM)	83