**BAB IV**

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. **Deskripsi Data**

Deskriptif adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sempel penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain:

* + 1. **Deskripsi Karakteristik Responden**
1. **Jenis Kelamin Responden**

Gambaran umum mengenai responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1**

**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Jenis Kelamin** | **Jumlah** | **Persentase** |
| Laki - laki | 61 | 41% |
| Perempuan | 89 | 59% |
| **Total** | **150** | **100%** |

 *Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu perempuan artinya konsumen yang membeli barang di *online shop* Lazada di Bandar Lampung didominasi oleh perempuan sebanyak 89 orang atau sebesar 59%.

1. **Usia Responden**

Rentang umur yang dipakai menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia (2010) sebagai berikut :

 **Tabel 4.2**

**Responden Berdasarkan Usia**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Usia** | **Jumlah** | **Persentase** |
| 17 Tahun – 25 Tahun | 84 | 56% |
| 26 Tahun – 35 Tahun | 45 | 30% |
| 36 Tahun – 45 Tahun | 21 | 14% |
| **Total** | **150** | **100%** |

 *Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui usia 17-25 tahun menempati tingkat tertinggi artinya konsumen yang membeli barang di *online shop* Lazada di Bandar Lampung sebanyak 84 orang atau sebesar 56%.

1. **Pekerjaan Responden**

Gambaran umum mengenai responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut :

 **Tabel 4.3**

**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Usia** | **Jumlah** | **Persentase** |
| Mahasiswa | 70 | 47% |
| Pegawai Negeri Sipil  | 23 | 15% |
| Pegawai Swasta | 38 | 25% |
| Wiraswasta  | 19 | 13% |
| **Total** | **150** | **100%** |

 *Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui mahasiswa menempati tingkat tertinggi artinya konsumen yang membeli barang di *online shop* Lazada di Bandar Lampung didominasi oleh mahasiswa yaitu sebanyak 70 orang atau sebesar 47%.

1. **Responden Membuka Aplikasi Lazada Dalam Seminggu**

Gambaran umum mengenai responden berdasarkan berapa sering responden membuka aplikasi Lazada dalam seminggu adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.4**

**Responden Membuka Aplikasi Lazada Dalam Seminggu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Membuka Aplikasi/Seminggu** | **Jumlah** | **Persentase** |
| 1 Kali | 31 | 20% |
| 2 Kali | 36 | 24% |
| 3 Kali | 49 | 33% |
| 4 Kali | 34 | 23% |
| **Total** | **150** | **100%** |

 *Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan responden membuka aplikasi Lazada dalam seminggu dapat dilihat bahwa yang paling sering responden membuka aplikasi lazada 2x dalam seminggu yaitu sebanyak 36 orang atau sebesar 24%.

1. **Barang Dibeli Responden**

Gambaran umum mengenai responden berdasarkan barang dibeli responden diaplikasi Lazada dalam seminggu adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.5**

**Berdasarkan Barang Dibeli Responden Di Aplikasi Lazada**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Barang Yang Dibeli** | **Jumlah** | **Persentase** |
| Hijab | 21 | 14% |
| Make Up | 47 | 31% |
| Baju | 33 | 22% |
| Celana | 28 | 19% |
| Sepatu | 13 | 9% |
| Tas | 8 | 5% |
| **Total** | **150** | **100%** |

 *Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan barang yang dibeli dapat dilihat bahwa yang paling banyak responden membeli make up di aplikasi Lazada yaitu sebanyak 47 orang atau sebesar 31%.

* + 1. **Deskripsi Jawaban responden**

Hasil jawaban responden mengenai kepuasaan konsumen atas e*-servqual* pada Lazada berdasarkan tingkat kinerja dan harapan berdasarkan penyebaran kusioner kepada 150 orang responden dapat dijelaskan pada tabel 4.6 dan tabel 4.7 berikut:

**Tabel 4.6**

**Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Kinerja**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | **Jawaban** |
| **SP****(5)** | **P****(4)** | **CP****(3)** | **TP****(2)** | **STP****(1)** |
| ***Reliability*** | **F** | **F** | **F** | **F** | **F** |
| **1** | Barang yang datang sama dengan yang ada di dalam aplikasi  | 6 | 48 | 63 | 15 | 18 |
| **2** | Pengiriman barang tepat waktu | 5 | 65 | 50 | 27 | 3 |
| **3** | Jumlah stok dan deskripsi barang yang dituliskan di aplikasi selalu akurat dengan kenyataannya | 39 | 73 | 17 | 18 | 3 |
| **4** | Kesesuaian transaksi dalam sistem pembayaran  | 34 | 68 | 34 | 11 | 3 |
| **5** | Memberikan informasi yang tepat jika terjadi masalah | 38 | 60 | 19 | 30 | 3 |
| ***Responsiveness*** |
| **6** | Waktu pengiriman produk cepat | 34 | 68 | 27 | 17 | 4 |
| **7** | Menangani permasalahan yang ada dengan segera | 24 | 57 | 5 | 11 | 7 |
| **8** | Kesediaan customer service membantu konsumen  | 25 | 65 | 32 | 21 | 7 |
| **9** | Menjawab pertanyaan dari konsumen dengan cepat | 23 | 64 | 39 | 25 | 9 |
| **10** | Kecepatan dalam proses transaksi  | 12 | 55 | 47 | 26 | 10 |
| ***Ease of Use*** |
| **11** | Letak kolom search mudah ditemukan  | 17 | 58 | 41 | 26 | 8 |
| **12** | Informasi yang ditampilkan sangat jelas  | 6 | 64 | 28 | 43 | 19 |
| **13** | Aplikasi dapat digunakan kapan saja  | 14 | 57 | 31 | 27 | 21 |
| **14** | Barang sudah dikelompokkan sesuai dengan kategori (baju. sepatu. make up dll) | 16 | 42 | 33 | 44 | 15 |
| **15** | Akses fitur yang dapat digunakan dengan mudah  | 13 | 65 | 22 | 23 | 27 |
| ***Privacy*** |
| **16** | Melindungi data terkait kartu kredit. debit. dan hal yang bersifat pribadi | 7 | 50 | 61 | 17 | 15 |
| **17** | Menjamin keamanan di setiap transaksi  | 15 | 63 | 44 | 24 | 4 |
| **18** | Transaksi yang dilakukan dapat dipercaya  | 30 | 54 | 16 | 34 | 16 |
| **19** | Informasi data pribadi terlindungi  | 17 | 27 | 35 | 54 | 17 |
| **20** | Kapasitas teknis yang cukup untuk menjamin bahwa informasi pribadi tidak akan diubah oleh pihak ketiga  | 31 | 60 | 23 | 21 | 15 |
| ***Information*** |
| **21** | Fitur yang lengkap tersedia di aplikasi  | 19 | 34 | 31 | 33 | 33 |
| **22** | Stok barang di aplikasi mudah dilihat  | 30 | 52 | 51 | 10 | 7 |
| **23** | Pemesanan dan pembayaran disampaikan dengan jelas | 31 | 62 | 30 | 20 | 7 |
| **24** | Menyediakan pilihan garansi online bagi konsumen yang menginginkan | 31 | 54 | 35 | 23 | 7 |
| **25** | Kemudahan dalam menghubungi customer service melalui telepon atau email  | 16 | 50 | 47 | 25 | 10 |
| ***Aesthetics*** |
| **26** | Font dalam aplikasi mudah untuk dibaca | 27 | 57 | 37 | 22 | 7 |
| **27** | Tampilan di aplikasi Lazada mudah dipahami  | 6 | 45 | 38 | 43 | 18 |
| **28** | Tampilan pada aplikasi Lazada menarik | 25 | 47 | 14 | 48 | 15 |
| **29** | Tampilan konten pada aplikasi Lazada lengkap | 15 | 39 | 31 | 36 | 29 |
| **30** | Tampilan konten pada aplikasi Lazada terstruktur  | 10 | 50 | 20 | 40 | 30 |

 *Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.6 jawaban responden diatas pernyataan yang diajukan ke 150 responden pernyataan 3 mengenai “jumlah stok dan deskripsi barang yang dituliskan di aplikasi selalu akurat” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 39 responden, sedangkan pernyataan 1 mengenai “pengiriman barang tepat waktu” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 5 responden.

**Tabel 4.7**

**Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Harapan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | **Jawaban** |
| **SP****(5)** | **P****(4)** | **CP****(3)** | **TP****(2)** | **STP****(1)** |
| ***Reliability*** | **F** | **F** | **F** | **F** | **F** |
| **1** | Barang yang datang sama dengan yang ada di dalam aplikasi  | 34 | 66 | 42 | 6 | 0 |
| **2** | Pengiriman barang tepat waktu | 52 | 71 | 27 | 0 | 0 |
| **3** | Jumlah stok dan deskripsi barang yang dituliskan di aplikasi selalu akurat dengan kenyataannya | 62 | 65 | 17 | 4 | 2 |
| **4** | Kesesuaian transaksi dalam sistem pembayaran  | 81 | 59 | 9 | 1 | 0 |
| **5** | Memberikan informasi yang tepat jika terjadi masalah | 33 | 72 | 34 | 11 | 0 |
| ***Responsiveness*** |
| **6** | Waktu pengiriman produk cepat | 70 | 70 | 5 | 5 | 0 |
| **7** | Menangani permasalahan yang ada dengan segera | 80 | 55 | 15 | 0 | 0 |
| **8** | Kesediaan customer service membantu konsumen  | 58 | 72 | 15 | 5 | 0 |
| **9** | Menjawab pertanyaan dari konsumen dengan cepat | 39 | 82 | 26 | 3 | 0 |
| **10** | Kecepatan dalam proses transaksi  | 40 | 65 | 35 | 4 | 6 |
| ***Ease of Use*** |
| **11** | Letak kolom search mudah ditemukan  | 53 | 80 | 14 | 3 | 0 |
| **12** | Informasi yang ditampilkan sangat jelas  | 31 | 71 | 35 | 10 | 3 |
| **13** | Aplikasi dapat digunakan kapan saja  | 35 | 44 | 59 | 7 | 5 |
| **14** | Barang sudah dikelompokkan sesuai dengan kategori (baju. sepatu. make up dll) | 14 | 56 | 65 | 13 | 2 |
| **15** | Akses fitur yang dapat digunakan dengan mudah  | 11 | 77 | 49 | 11 | 2 |
| ***Privacy*** |
| **16** | Melindungi data terkait kartu kredit. debit. dan hal yang bersifat pribadi | 49 | 62 | 33 | 6 | 0 |
| **17** | Menjamin keamanan di setiap transaksi  | 41 | 79 | 30 | 0 | 0 |
| **18** | Transaksi yang dilakukan dapat dipercaya  | 57 | 65 | 20 | 6 | 2 |
| **19** | Informasi data pribadi terlindungi  | 31 | 70 | 37 | 4 | 8 |
| **20** | Kapasitas teknis yang cukup untuk menjamin bahwa informasi pribadi tidak akan diubah oleh pihak ketiga  | 48 | 72 | 22 | 8 | 0 |
|  |  |  |  |  |  |  |
| ***Information*** |
| **21** | Fitur yang lengkap tersedia di aplikasi  | 73 | 69 | 4 | 4 | 0 |
| **22** | Stok barang di aplikasi mudah dilihat  | 79 | 56 | 15 | 0 | 0 |
| **23** | Pemesanan dan pembayaran disampaikan dengan jelas | 64 | 70 | 12 | 4 | 0 |
| **24** | Menyediakan pilihan garansi online bagi konsumen yang menginginkan | 42 | 78 | 28 | 2 | 0 |
| **25** | Kemudahan dalam menghubungi customer service melalui telepon atau email  | 53 | 61 | 28 | 4 | 4 |
| ***Aesthetics*** |
| **26** | Font dalam aplikasi mudah untuk dibaca | 61 | 72 | 15 | 2 | 0 |
| **27** | Tampilan di aplikasi Lazada mudah dipahami  | 44 | 68 | 28 | 8 | 2 |
| **28** | Tampilan pada aplikasi Lazada menarik | 53 | 49 | 38 | 6 | 4 |
| **29** | Tampilan konten pada aplikasi Lazada lengkap | 25 | 54 | 59 | 10 | 2 |
| **30** | Tampilan konten pada aplikasi Lazada terstruktur  | 17 | 82 | 41 | 8 | 2 |

*Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling direspon adalah pernyataan 4 mengenai “kesesuaian transaksi dalam sistem pembayaran” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 81 responden, sedangkan pernyataan 15 mengenai “akses fitur yang dapat digunakan dengan mudah” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 11 responden.

* 1. **Hasil Uji Persyaratan Instrumen**
		1. **Hasil Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi product moment. Dengan penelitian ini. uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan terhadap 30 responden dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil pengujian validitas mengguanakan kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila Sig < 0.05. maka valid dan apabila Sig > 0.05 maka tidak valid.

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas Kuisioner Berdasarkan Kinerja**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pernyataan** | **Sig** | **Alpha** | **Kondisi** | **Simpulan** |
| Butir 1 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 2 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 3 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 4 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 5 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 6 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 7 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 8 |  0.001 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 9 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 10 |  0.006 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 11 |  0.001 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 12 |  0.001 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 13 |  0.001 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 14 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 15 |  0.001 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 16 |  0.006 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 17 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 18 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 19 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 20 |  0.001 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 21 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 22 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 23 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 24 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 25 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 26 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 27 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 28 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 29 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 30 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |

*Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel harapan dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel harapan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai Sig < Alpha. Dengan demikian seluruh item pernyataan kinerja dinyatakan valid.

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Validitas Kuisioner Berdasarkan Harapan**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pernyataan** | **Sig** | **Alpha** | **Kondisi** | **Simpulan** |
| Butir 1 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 2 |  0.001 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 3 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 4 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 5 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 6 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 7 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 8 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 9 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 10 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 11 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 12 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 13 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 14 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 15 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 16 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 17 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 18 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 19 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 20 |  0.001 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 21 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 22 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 23 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 24 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 25 |  0.001 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 26 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 27 |  0.008 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 28 |  0.002 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 29 |  0.000 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |
| Butir 30 |  0.001 | 0.05 | Sig<alpha | Valid |

*Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel kinerja dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel harapan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai Sig < Alpha. Dengan demikian seluruh item pernyataan harapan dinyatakan valid.

* + 1. **Hasil Uji Reliabilitas**

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel harapan dan variabel kinerja menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan program SPSS. Berdasarkan tabel 4.10 di atas mengenai ketentuan reliabel. maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pernyataan** | **Koefisien Cronbach Alpha** | **Alpha** | **Kondisi** | **Simpulan** |
| Kinerja |  0.951 | 0.6 | Sig>alpha | Reliabel |
| Harapan |  0.956 | 0.6 | Sig>alpha | Reliabel |

*Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.10 nilai cronbach’s alpha sebesar 0.951 untuk kinerja dan 0.956 untuk variabel harapan. seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel kinerja dan harapan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai Sig > Alpha. Dengan demikian seluruh item pernyataan variabel kinerja dan harapan dinyatakan reliabel.

* 1. **Hasil Analisis Data**

Untuk mengukur nilai kepuasan kepuasaan konsumen atas e*-servqual* pada Lazada menggunakan 2 (dua) alat analisis data yaitu *Customer Satifaction Index* (CSI) dan *Metode Importance Performance Analysis* (IPA) sebagai berikut:

* + 1. **Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)**
1. ***Mean Importance Score* (MIS)**

MIS merupakan nilai rata-rata tingkat harapan responden dari tiap variabel atau atribut yang dapat dihitung menggunakan rumus:

Keterangan :



n : Jumlah responden

Yi : Harapan atribut ke-i

**Table 4.11**

**Hasil Skor Rata-Rata Harapan (MIS)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pernyataan** | **Total** | **Rata-Rata** |
| Butir 1 | 576 | 3,8 |
| Butir 2 | 625 | 4,2 |
| Butir 3 | 631 | 4,2 |
| Butir 4 | 670 | 4,5 |
| Butir 5 | 577 | 3,8 |
| Butir 6 | 655 | 4,4 |
| Butir 7 | 665 | 4,4 |
| Butir 8 | 633 | 4,2 |
| Butir 9 | 607 | 4,0 |
| Butir 10 | 579 | 3,9 |
| Butir 11 | 633 | 4,2 |
| Butir 12 | 567 | 3,8 |
| Butir 13 | 547 | 3,6 |
| Butir 14 | 517 | 3,4 |
| Butir 15 | 534 | 3,6 |
| Butir 16 | 604 | 4,0 |
| Butir 17 | 611 | 4,1 |
| Butir 18 | 619 | 4,1 |
| Butir 19 | 562 | 3,7 |
| Butir 20 | 610 | 4,1 |
| Butir 21 | 661 | 4,4 |
| Butir 22 | 664 | 4,4 |
| Butir 23 | 644 | 4,3 |
| Butir 24 | 610 | 4,1 |
| Butir 25 | 605 | 4,0 |
| Butir 26 | 642 | 4,3 |
| Butir 27 | 594 | 4,0 |
| Butir 28 | 591 | 3,9 |
| Butir 29 | 540 | 3,6 |
| Butir 30 | 554 | 3,7 |
| **Jumlah** | **18127** | **4,03** |

*Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.11 mengenai hasil skor rata-rata harapan (MIS) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan. Diperoleh seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai harapan terdapat total hasil rata-rata (MIS) sebesar 4.03 dan yang tertinggi pada pertanyaan (5) sebesar 4.5

**Table 4.12**

**Hasil Skor Rata-Rata Kinerja (MSS)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pernyataan** | **Skor** | **Rata-Rata** |
| Butir 1 | 459 | 3,1 |
| Butir 2 | 492 | 3,3 |
| Butir 3 | 577 | 3,8 |
| Butir 4 | 569 | 3,8 |
| Butir 5 | 550 | 3,7 |
| Butir 6 | 561 | 3,7 |
| Butir 7 | 530 | 3,5 |
| Butir 8 | 530 | 3,5 |
| Butir 9 | 507 | 3,4 |
| Butir 10 | 483 | 3,2 |
| Butir 11 | 500 | 3,3 |
| Butir 12 | 435 | 2,9 |
| Butir 13 | 446 | 3,0 |
| Butir 14 | 450 | 3,0 |
| Butir 15 | 464 | 3,1 |
| Butir 16 | 467 | 3,1 |
| Butir 17 | 511 | 3,4 |
| Butir 18 | 498 | 3,3 |
| Butir 19 | 423 | 2,8 |
| Butir 20 | 521 | 3,5 |
| Butir 21 | 423 | 2,8 |
| Butir 22 | 538 | 3,6 |
| Butir 23 | 540 | 3,6 |
| Butir 24 | 529 | 3,5 |
| Butir 25 | 487 | 3,2 |
| Butir 26 | 525 | 3,5 |
| Butir 27 | 428 | 2,9 |
| Butir 28 | 468 | 3,1 |
| Butir 29 | 425 | 2,8 |
| Butir 30 | 420 | 2,8 |
| **Jumlah** | **14756** | **3,28** |

*Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.12 mengenai hasil skor rata-rata harapan (MIS) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan. Diperoleh seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai harapan terdapat total hasil rata-rata (MIS) sebesar 3.28 dan yang tertinggi pada pertanyaan (3) sebesar 3.

1. **Menentukan *Weight Factor* (WF)**

Menentukan *Weight Factor* (WF). Skor ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut dengan menggunakan rumus:



Keterangan:

P : Jumlah atribut kepentingan (k=15)

i : Atribut pelayanan ke-i

**Table 4.13**

**Hasil Nilai *Weight Factor***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pernyataan** | **Nilai MIS** | **Nilai WF** |
| Butir 1 | 3,8 | 3,2 |
| Butir 2 | 4,2 | 3,4 |
| Butir 3 | 4,2 | 3,5 |
| Butir 4 | 4,5 | 3,7 |
| Butir 5 | 3,8 | 3,2 |
| Butir 6 | 4,4 | 3,6 |
| Butir 7 | 4,4 | 3,7 |
| Butir 8 | 4,2 | 3,5 |
| Butir 9 | 4,0 | 3,3 |
| Butir 10 | 3,9 | 3,2 |
| Butir 11 | 4,2 | 3,5 |
| Butir 12 | 3,8 | 3,1 |
| Butir 13 | 3,6 | 3,0 |
| Butir 14 | 3,4 | 2,9 |
| Butir 15 | 3,6 | 2,9 |
| Butir 16 | 4,0 | 3,3 |
| Butir 17 | 4,1 | 3,4 |
| Butir 18 | 4,1 | 3,4 |
| Butir 19 | 3,7 | 3,1 |
| Butir 20 | 4,1 | 3,4 |
| Butir 21 | 4,4 | 3,6 |
| Butir 22 | 4,4 | 3,7 |
| Butir 23 | 4,3 | 3,6 |
| Butir 24 | 4,1 | 3,4 |
| Butir 25 | 4,0 | 3,3 |
| Butir 26 | 4,3 | 3,5 |
| Butir 27 | 4,0 | 3,3 |
| Butir 28 | 3,9 | 3,3 |
| Butir 29 | 3,6 | 3,0 |
| Butir 30 | 3,7 | 3,1 |
| **Jumlah** | **121** | **3,3** |

*Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.13 mengenai hasil *wieght factor* (WF) dari seluruh hasil indikator kualitas pelayanan diperoleh rata – rata *wieght factor* (WF) sebesar 3.3.

1. **Menentukan *Weight Score* (WSi)**

Bobot ini merupakan perkalian antara Weight Factor (WF) dengan rata- rata tingkat kepuasan(X) (MeanSatisfaction Score=MSS).

WSi = WFi x MSSi

**Table 4.14**

**Hasil Nilai *Weight Score***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Pernyataan** | **Nlai MSS** | **Nilai WF** | **Nilai WS** |
| Butir 1 | 3,1 | 3,2 | 9,7 |
| Butir 2 | 3,3 | 3,4 | 11,3 |
| Butir 3 | 3,8 | 3,5 | 13,4 |
| Butir 4 | 3,8 | 3,7 | 14,0 |
| Butir 5 | 3,7 | 3,2 | 11,7 |
| Butir 6 | 3,7 | 3,6 | 13,5 |
| Butir 7 | 3,5 | 3,7 | 13,0 |
| Butir 8 | 3,5 | 3,5 | 12,3 |
| Butir 9 | 3,4 | 3,3 | 11,3 |
| Butir 10 | 3,2 | 3,2 | 10,3 |
| Butir 11 | 3,3 | 3,5 | 11,6 |
| Butir 12 | 2,9 | 3,1 | 9,1 |
| Butir 13 | 3,0 | 3,0 | 9,0 |
| Butir 14 | 3,0 | 2,9 | 8,6 |
| Butir 15 | 3,1 | 2,9 | 9,1 |
| Butir 16 | 3,1 | 3,3 | 10,4 |
| Butir 17 | 3,4 | 3,4 | 11,5 |
| Butir 18 | 3,3 | 3,4 | 11,3 |
| Butir 19 | 2,8 | 3,1 | 8,7 |
| Butir 20 | 3,5 | 3,4 | 11,7 |
| Butir 21 | 2,8 | 3,6 | 10,3 |
| Butir 22 | 3,6 | 3,7 | 13,1 |
| Butir 23 | 3,6 | 3,6 | 12,8 |
| Butir 24 | 3,5 | 3,4 | 11,9 |
| Butir 25 | 3,2 | 3,3 | 10,8 |
| Butir 26 | 3,5 | 3,5 | 12,4 |
| Butir 27 | 2,9 | 3,3 | 9,4 |
| Butir 28 | 3,1 | 3,3 | 10,2 |
| Butir 29 | 2,8 | 3,0 | 8,4 |
| Butir 30 | 2,8 | 3,1 | 8,6 |
| **Jumlah** | **98,4** | **Total WS** | **329,3** |

*Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.14 mengenai hasil *wieght score* (WSi) dari seluruh hasil indikator kualitas pelayanan diperoleh total *wieght score* (WSi) sebesar 329.3.

1. **Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)**



Dimana:

p = Atribut kepentingan kep

HS = (Highest Scale)

Skala maksimum yang digunakan (skala5)

 329.3

 CSI = x 100% = 65.86%

 5

Dari hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 65.86%

**Tabel 4.15**

**Kriteria Nilai Indeks Kepuasan Konsumen**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Nilai Indeks** |  **Keterangan** |
| 1 | 81% - 100% | Sangat Puas |
| 2 | 66% - 80% | Puas |
| 3 | 51% - 65% | Cukup Puas |
| 4 | 35% - 50% | Kurang Puas |
| 5 | 0% - 34% | Tidak Puas |

 *Sumber : Data Diolah. Tahun 2019*

Berdasarkan table 4.15 kriteria nilai indeks kepuasan konsumen diketahui nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah sebesar 65.87%. Jika didasarkan pada indeks kepuasaan konsumen maka nilai 65.87%. Berada pada range 51%-65%. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks mengenai kepuasaan konsumen atas e*-servqual* pada Lazada atribut-atribut masuk pada kriteria cukup puas.

**2. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)**

Analisis untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesesuaian dilihat dari kepuasan konsumen atas e*-servqual* pada Lazada. Dengan menggunakan analisis tingkat harapan dan kinerja atau *Importance Performance Analysis.* Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data maka diperoleh data *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebagai berikut:



Keterangan :

 Tki = Tingka Kesesuaian

 Xi = Skor Penilaian Kinerja

 Yi = Skor Penilaian Kepentingan

**Tabel 4.16**

**Penilaian Tingkat Kesesuain Kinerja Yang Dilakukan Dengan Harapan Kepuasan Konsumen Atas *E-Servqual* Pada Lazada**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | **Skor Kinerja** | **Skor Harapan** | **Tingkat Kesesuaian** |
| 1 | Butir 1 | 459 | 576 | 79.7% |
| 2 | Butir 2 | 492 | 625 | 78.7% |
| 3 | Butir 3 | 577 | 631 | 91.4% |
| 4 | Butir 4 | 569 | 670 | 84.9% |
| 5 | Butir 5 | 550 | 577 | 95.3% |
| 6 | Butir 6 | 561 | 655 | 85.6% |
| 7 | Butir 7 | 530 | 665 | 79.7% |
| 8 | Butir 8 | 530 | 633 | 83.7% |
| 9 | Butir 9 | 507 | 607 | 83.5 |
| 10 | Butir 10 | 483 | 579 | 83.4 |
| 11 | Butir 11 | 500 | 633 | 79.0 |
| 12 | Butir 12 | 435 | 567 | 76.7 |
| 13 | Butir 13 | 446 | 547 | 81.5 |
| 14 | Butir 14 | 450 | 517 | 87.0 |
| 15 | Butir 15 | 464 | 534 | 86.9 |
| 16 | Butir 16 | 467 | 604 | 77.3 |
| 17 | Butir 17 | 511 | 611 | 83.6 |
| 18 | Butir 18 | 498 | 619 | 80.5 |
| 19 | Butir 19 | 423 | 562 | 75.3 |
| 20 | Butir 20 | 521 | 610 | 85.4 |
| 21 | Butir 21 | 423 | 661 | 64.0 |
| 22 | Butir 22 | 538 | 664 | 81.0 |
| 23 | Butir 23 | 540 | 644 | 83.9 |
| 24 | Butir 24 | 529 | 610 | 86.7 |
| 25 | Butir 25 | 487 | 605 | 80.5 |
| 26 | Butir 26 | 525 | 642 | 81.8 |
| 27 | Butir 27 | 428 | 594 | 72.1 |
| 28 | Butir 28 | 468 | 591 | 79.2 |
| 29 | Butir 29 | 425 | 540 | 78.7 |
| 30 | Butir 30 | 420 | 554 | 75.8 |
| **Total** | **14756** | **18127** | **81.4** |

*Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan Tabel 4.16 mengenai penilaian tingkat kesesuaian kinerja yang dilakukan dengan harapan konsumen pada kepuasan konsumen atas *elektronik servqual* pada Lazada diperoleh nilai tingkat kesesuaian seluruh item sebesar 86%.

**Table 4.17**

**Perhitungan Rata – Rata Dari Penilaian Kinerja Dan Penilaian Harapan Kepuasan Konsumen Atas *E-Servqual* Pada Lazada**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | **Skor Rata-Rata Kinerja** | **Skor Rata-Rata Harapan** |
| 1 | Butir 1 | 3.06 | 3.84 |
| 2 | Butir 2 | 3.28 | 4.17 |
| 3 | Butir 3 | 3.85 | 4.21 |
| 4 | Butir 4 | 3.79 | 4.47 |
| 5 | Butir 5 | 3.67 | 3.85 |
| 6 | Butir 6 | 3.74 | 4.37 |
| 7 | Butir 7 | 3.53 | 4.43 |
| 8 | Butir 8 | 3.53 | 4.22 |
| 9 | Butir 9 | 3.38 | 4.05 |
| 10 | Butir 10 | 3.22 | 3.86 |
| 11 | Butir 11 | 3.33 | 4.22 |
| 12 | Butir 12 | 2.90 | 3.78 |
| 13 | Butir 13 | 2.97 | 3.65 |
| 14 | Butir 14 | 3.00 | 3.45 |
| 15 | Butir 15 | 3.09 | 3.56 |
| 16 | Butir 16 | 3.11 | 4.03 |
| 17 | Butir 17 | 3.41 | 4.07 |
| 18 | Butir 18 | 3.32 | 4.13 |
| 19 | Butir 19 | 2.82 | 3.75 |
| 20 | Butir 20 | 3.47 | 4.07 |
| 21 | Butir 21 | 2.82 | 4.41 |
| 22 | Butir 22 | 3.59 | 4.43 |
| 23 | Butir 23 | 3.60 | 4.29 |
| 24 | Butir 24 | 3.53 | 4.07 |
| 25 | Butir 25 | 3.25 | 4.03 |
| 26 | Butir 26 | 3.50 | 4.28 |
| 27 | Butir 27 | 2.85 | 3.96 |
| 28 | Butir 28 | 3.12 | 3.94 |
| 29 | Butir 29 | 2.83 | 3.60 |
| 30 | Butir 30 | 2.80 | 3.69 |
| **Total** | **98.37** | **120.85** |
| **Rata-Rata** | **3.28** | **4.03** |

*Sumber : Data Diolah. 2020*

Berdasarkan tabel 4.17 mengenai perhitungan rata – rata dari penilaian kinerja dan penilaian harapan kepuasan konsumen atas *e-servqual* pada Lazada dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai harapan dan kinerja terdapat hasil rata-rata nilai dari atribut harapan sebesar 4.03 dan kinerja sebesar 3.28



Kuadran A

Kuadran B

Kuadran D

Kuadran C

**Gambar 4.1**

**Diagram Kartesius**

Berdasarkan gambar 4.1 penempatan posisi masing-masing dapat dilihat pada diagram kartesius dibagi menjadi empat diagram dengan garis tengah pembagi berdasarkan nilai rata-rata tingkat Harapan yaitu sebesar 3.52 dan nilai rata-rata tingkat kinerja yaitu sebesar 4.08. Dari diagram kartesius diatas terlihat bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan atribut yang mempengaruhi harapan mahasiswa terbagi menjadi 4 (empat) kuadran. Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Kuadran A**

Kuadran A menunjukan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

1. Pengiriman barang tepat waktu (2)
2. Melindungi data terkait kartu kredit, debit, dan hal yang bersifat pribadi (16)
3. Fitur yang lengkap tersedia di aplikasi (21)
4. Kemudahan dalam menghubungi customer service melalui telepon atau email (25)
5. **Kuadran B**

Kuadran B menunjukan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan. untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

1. Jumlah stok dan deskripsi barang yang dituliskan di aplikasi selalu akurat dengan kenyataannya (3)
2. Kesesuaian transaksi dalam sistem pembayaran (4)
3. Waktu pengiriman produk cepat (6)
4. Menangani permasalahan yang ada dengan segera (7)
5. Kesediaan *customer service* membantu konsumen (8)
6. Menjawab pertanyaan dari konsumen dengan cepat (9)
7. Letak kolom *search* mudah ditemukan (11)
8. Menjamin keamanan di setiap transaksi (17)
9. Transaksi yang dilakukan dapat dipercaya (18)
10. Kapasitas teknis yang cukup untuk menjamin bahwa informasi pribadi tidak akan diubah oleh pihak ketiga (20)
11. Stok barang di aplikasi mudah dilihat (22)
12. Pemesanan dan pembayaran disampaikan dengan jelas (23)
13. Menyediakan pilihan garansi online bagi konsumen yang menginginkan (24)
14. Font dalam aplikasi mudah untuk dibaca (26)
15. **Kuadran C**

Kuadran C menunjukan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

1. Barang yang datang sama dengan yang ada di dalam aplikasi (1)
2. Kecepatan dalam proses transaksi (10)
3. Informasi yang ditampilkan sangat jelas (12)
4. Aplikasi dapat digunakan kapan saja (13)
5. Barang sudah dikelompokkan sesuai dengan kategori (baju, sepatu, make up dll) (14)
6. Akses fitur yang dapat digunakan dengan mudah (15)
7. Informasi data pribadi terlindungi (19)
8. Tampilan di aplikasi Lazada mudah dipahami (27)
9. Tampilan pada aplikasi Lazada menarik (28)
10. Tampilan konten pada aplikasi Lazada lengkap (29)
11. Tampilan konten pada aplikasi Lazada terstruktur (30)
12. **Kuadran D**

Kuadran D menunjukan variabel yang memuaskan. Tetapi pelaksanaan terlalu berlebihan kurang penting oleh konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

Memberikan informasi yang tepat jika terjadi masalah.

* 1. **Pembahasan**
	2. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai kepuasaan konsumen dengan model *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada Lazada adalah sebesar 65.87%. Jika di dasarkan pada indeks kepuasaan konsumen maka nilai 65.87% berada pada rentang 51%-65,99%. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasaan konsumen atas *elektronik service quality* Lazada untuk atribut-atribut masuk dalam penilaian kategori cukup puas. Cukup puas artinya kinerja perusahaan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Cukup puas diartikan *elektronik service quality* yang diberikan oleh Lazada sudah memenuhi harapan konsumen. Ketika kinerja yang dilakukan sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen merasa sudah dapat memenuhi keinginannya. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja Lazada sudah sesuai dengan harapan konsumen. *E-servqual* yang diberikan oleh Lazada sudah cukup sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen Lazada.

* 1. *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan yang harus diprioritaskan oleh Lazada yaitu :

Kuadran A menunjukkan indikator yang dianggap mempengaruhi kepuasaan konsumen dan dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen, sehingga perusahaan perlu melakukan perbaikan sebaik mungkin untuk meningkatkan kepuasaan konsumen terhadap atribut yang termasuk dalam kuadran A ini. Kuadran ini terletak pada harapan yang tinggi dan persepsi yang rendah, jadi perusahaan harus fokus pada kuadran ini. Terdapat atribut-atribut yang masuk di kuadran A yaitu :

1. Pengiriman barang tepat waktu

Ketika barang yang kita pesan sampai dengan tepat waktu akan membuat konsumen senang dan bisa langsung memakai barang yang kita pesan.

1. Melindungi data terkait kartu kredit, debit, dan hal yang bersifat pribadi

Data pribadi dianggap sangat penting karena akan memberikan dampak terhadap perusahaan dimata konsumen. Hal yang bersifat pribadi sangat penting bagi konsumen dikarenakan konsumen sangat khawatir jika data pribadi dapat digunakan oleh orang lain.

1. Fitur yang lengkap tersedia di aplikasi

Dengan adanya fitur yang lengkap membuat konsumen tertarik untuk berbelanja. Fitur yang lengkap akan mempengaruhi minat belanja para konsumen terhadap suatu barang.

1. Kemudahan dalam menghubungi *customer service* melalui telepon atau email.

Kemudahan dalam menghubungi *customer service* juga dianggap sangat penting karena akan memberikan dampak terhadap perusahaan dimata konsumen, sangat perlu untuk dijaga. Konsumen sangat mudah dalam menghubungi customer service terkait barang yang dipesan.

Kuadran B menunjukkan indikator yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan untuk itu wajib dipertahankan. Kuadran ini terletak pada harapan yang tinggi dan persepsi juga tinggi. Dianggap sangat penting untuk memuaskan konsumen. Terdapat atribut atribut yang masuk di kuadran B yaitu :

1. Jumlah stok dan deskripsi barang yang dituliskan di aplikasi selalu akurat dengan kenyataannya.

Stok dan deskripsi barang yang dituliskan di aplikasi sudah sesuai dan akurat dengan kenyataannya. Dalam hal mencari barang sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

1. Kesesuaian transaksi dalam sistem pembayaran

Setiap melakukan transaksi konsumen tidak mengalami perubahan. Dimana kesesuaian transaksi dalam sistem pembayaran yang dilakukan sesuai dengan nominal yang tertera di aplikasi.

1. Memberikan garansi yang sesuai

Adanya garansi yang sesuai jika terjadi kerusakan dalam barang yang dikirimkan barang akan diganti dengan yang baru.

1. Menangani permasalahan yang ada dengan segera

Kemampuan Lazada dalam menangani permasalahan terkait dengan pembelian barang yang tidak sesuai dinilai cukup baik dan perusahaan harus dapat mempertahankan hal tersebut.

1. Kesediaan *customer service* membantu konsumen

Dimana saat ini *customer service* berkenaan untuk membantu konsumen yang tidak paham ataupun kesulitan dalam membeli barang di aplikasi Lazada.

1. Menjawab pertanyaan dari konsumen dengan cepat

Respon penjual di Lazada sangat cepat dalam menjawab pertanyaan dari konsumen terkait dengan barang yang dibeli.

1. Letak kolom *search* mudah ditemukan

Letak kolom *search* dinilai baik oleh konsumen dikarenakan konsumen mudah menemukan kolom *search* dalam mencari atau memilih barang konsumen.

1. Menjamin keamanan di setiap transaksi

Setiap melakukan transaksi keamanan dinilai cukup baik karena tidak adanya kekeliruan dalam setiap transaksi. Keamanan dalam melakukan transaksi terkait dengan melindungi data pribadi.

1. Transaksi yang dilakukan dapat dipercaya

Selain transaksi melalui transfer, Lazada juga mendukung dengan adanya sistem COD (*cash on delivery*). Dengan sistem COD konsumen bisa melihat langsung barangnya apabila barang yang dibeli sesuai konsumen bisa bayar ditempat sedangkan jika barang yang dibeli tidak sesuai konsumen bisa membatalkan transaksi tersebut.

1. Kapasitas teknis yang cukup untuk menjamin bahwa informasi pribadi tidak akan diubah oleh pihak ketiga

Terjaminnya data pribadi tidak akan tersebar atau diubah oleh pihak ketiga. Hal ini membuktikan Lazada sangat bertanggung jawab dengan menjamin kerahasiaan data pribadi konsumen.

1. Stok barang diaplikasi mudah dilihat

Barang yang ada diaplikasi mudah dilihat stoknya jika barang tersebut masih ada bisa dilihat diketerangan gambar jika tidak ada stoknya konsumen bisa mencari barang yang lain.

1. Pemesanan dan pembayaran disampaikan dengan jelas

Lazada membuat langkah-langkah pemesanan dan pembayaran dengan jelas supaya mencegah terjadinya kesalahan. Lazada mengkonfirmasi terkait dengan pemesanan dan pembayaran barang yang dibeli.

1. Menyediakan pilihan garansi online bagi konsumen yang menginginkan

Tersedia beberapa garansi online yang ada di aplikasi jika konsumen menginginkan garansi.

1. Font dalam aplikasi mudah untuk dibaca

Atribut ini dinilai baik oleh konsumen dikarenakan terdapat font dalam aplikasi yang memudahkan konsumen dalam membaca tentang deskripsi barang yang diinginkan oleh konsumen.

Kuadran C menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pengguna, dan tidak terlalu mempengaruhi kepuasaan konsumen dan dapat menjadi prioritas rendah bagi pengguna aplikasi, karena faktor ini tidak terlalu diharapkan pengguna untuk mendapatkan kepuasaan. Kuadran ini terletak pada harapan yang rendah dan persepsi juga rendah. Kuadran ini dianggap kurang penting dan kurang memuaskan konsumen. Terdapat atribut-atribut yang masuk di kuadran C yaitu:

1. Barang yang datang sama dengan yang ada di dalam aplikasi

Memberikan tingkat kepercayaan pada aplikasi Lazada, konsumen lebih mementingkan kualitas produk dibandingkan kesesuaian barang.

1. Kecepatan dalam proses transaksi

Menjadi salah satu faktor efesiensi dalam berbelanja online, namun bagi konsumen lebih mementingkan keamanan dalam transaksi pembelanjaan.

1. Informasi yang ditampilkan sangat jelas

Hal ini mempermudah konsumen untuk mengetahui informasi barang, namun konsumen lebih mengutamakan kualitas dari barang bukan hanya informasinya saja.

1. Aplikasi dapat digunakan kapan saja

Hal ini menunjukkan bagaimana aplikasi belanja online lebih praktis dapat digunakan kapan saja, sedangkan konsumen hanya membuka aplikasi ketika hanya ingin berbelanja saja.

1. Akses fitur yang dapat digunakan dengan mudah

Fitur merupakan hal penting untuk menarik perhatian konsumen. Dengan adanya fitur yang dapat digunakan dengan mudah, memudahkan konsumen dalam mencari barang yang diinginkan.

1. Barang sudah dikelompokkan sesuai dengan kategori (baju,sepatu,makeup dll)

Konsumen menilai kategori barang tidak terlalu penting karena konsumen langsung mencari barang melalui tombol *search*.

1. Informasi data pribadi terlindungi

Hal ini memberikan rasa aman dalam bertransaksi namun konsumen lebih mementingkan langkah-langkah bertransaksi. Hal ini merupakan hal yang penting untuk diperhatikan oleh Lazada dikarenakan hal ini menyangkut penilaian konsumen mengenai data pribadi konsumen yang terkadang tidak ditanggapi dengan baik oleh Lazada.

1. Tampilan di aplikasi Lazada mudah dipahami

Tampilan di aplikasi mudah dipahami dan memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian barang. Konsumen beranggapan tidak terlalu penting aplikasi yang mudah dipahami karena semua bentuk aplikasi belanja online sama dengan aplikasi belanja online lainnya.

1. Tampilan pada aplikasi Lazada menarik

Tampilan merupakan salah satu citra untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli barang. Tampilan pada aplikasi Lazada mempunyai ciri khas tersendiri namun konsumen menilai tidak terlalu penting karena lebih mengutamakan pembaharuan sistem.

1. Tampilan konten pada aplikasi Lazada lengkap

Tampilan konten yang lengkap akan membuat konsumen lebih mudah dalam membaca deskripsi barang yang akan dibeli. Namun semakin banyak konten semakin konsumen kesulitan untuk memilih barang.

1. Tampilan konten pada aplikasi Lazada terstruktur.

Tampilan konten yang struktur sesuai kategori lebih mempermudah konsumen dalam mencari barang namun konsumen menilai lebih cepat menggunakan tombol *search* dalam mencari barang.

Kuadran D menunjukkan faktor yang tidak terlalu mempengaruhi kepuasaan konsumen, akan tetapi pelaksanaannya dinilai berlebihan. Karena pada faktor ini tidak terlalu diharapkan oleh konsumen untuk mendapatkan kepuasaaan. Kuadran ini terletak pada harapan yang rendah dan persepsi yang tinggi. Terdapat 1 atribut yang masuk dalam kuadran D yaitu : memberikan informasi yang tepat jika terjadi masalah. Jika memberikan informasi yang terus-menerus akan mengganggu kenyamanan konsumen.

* 1. **Strategi Pemasaran**

Dari hasil analisis maka peneliti dapat membentuk dan menyarankan suatu strategi pemasaran untuk dapat meningkatkan *e-service quality*. Lazada memiliki penampilan aplikasi yang berbeda dengan aplikasi lain. Lazada memiliki beberapa strategi pemasaran seperti menyediakan produk beraneka ragam, memberikan banyak diskon yang menarik yang ditawarkan, aplikasi yang *user friendly,* bebas ongkos kirim, dan bisa *Cash on Delivery* (COD). Lazada juga dimata masyarakat memiliki kekurangan seperti konfirmasi pembayaran yang cukup lama, fasilitas COD hanya ada di kota-kota besar, *dan Customer Service* yang tidak menjawab pertanyaan atau keluhan dari konsumen. Hal tersebut harus segera di perbaiki demi menciptkan *e-servqual* yang baik. Strategi yang diterapkan oleh Lazada sudah cukup baik namun harus ada kreativitas dari segi pemasaran berdasarkan pengalaman konsumen. Strategi pemasaran yang harus dilakukan seperti :

1. Menerapkan strategi “Borong Shay” yaitu belanja barang apa saja sepuasnya dengan mendapatkan potongan harga pada hari spesial atau hari tertentu dan mendapatkan gratis ongkir.
2. Memberikan promo kepada para pelajar dan mahasiswa dengan tema “For Student”. Maka para pelajar dan mahasiswa otomatis akan memanfaatkan momen ini karena tidak ada *e-commerce* yang menerapkan promo khusus untuk para pelajar dan mahasiswa.
3. Lazada bekerja sama dengan artis terkenal, bekerja sama dengan artis adalah salah satu untuk meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli barang di Lazada. Public Figure memiliki daya tarik sendiri dihati masyarakat karena akan membuat masyarakat terpengaruh dengan adanya public figure tersebut.