Analisis Kualitas Pelayanan Aplikasi Lazada Berbasis *Mobile Dengan Metode Servqual*

*Lazada Application Service Quality Analysis
Mobile Based By Servqual Method*

Dwiki Yosinta Ulpa¹, Rizani Teguh², Dicky Pratama³

^{1,2,3} Program Studi Sistem Informasi, STMIK GI MDP

E-mail: ¹dwikiyosintau@mhs.mdp.ac.id, ²rizani_teguh@mdp.ac.id, ³dqpratama@mdp.ac.id

Abstrak

Lazada adalah salah satu *e-commerce* yang ada di Indonesia. Dari banyaknya pengguna aplikasi Lazada dilakukanlah penelitian untuk mengukur kualitas pelayanan aplikasi Lazada. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model Servqual yang meliputi lima dimensi kualitas jasa yaitu; *Tangibles* (bukti terukur), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tangkap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati). Proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi Lazada. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling. Untuk mengolah data menggunakan *software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Dari analisis yang dilakukan berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t statistik untuk variabel *tangibles* sebesar 1,430, variabel *reability* sebesar 0,123, variabel *responsiveness* sebesar -0,576, variabel *assurance* sebesar 0,270, dan variabel *emphaty* sebesar -0,417, yang artinya variabel *tangibles*, *reability*, dan *assurance* berpengaruh secara positif sedangkan variabel *responsiveness* dan *emphaty* berpengaruh negatif terhadap kualitas layanan aplikasi lazada. Sedangkan berdasarkan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 0,436. Artinya bahwa variabel *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap *quality service*.

Kata Kunci: Lazada, Servqual, SPSS.

Abstract

Lazada is one of the e-commerce in Indonesia. From the many users of the Lazada application, this research was conducted to measure the quality of Lazada application services. This research was conducted using Servqual model which covers five dimensions of service quality, namely; Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. The data collection process is carried out by distributing questionnaires to users of the Lazada application. Sampling techniques using random sampling. To process data using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) software. From the analysis based on the results of the t test, obtained statistical t values for tangibles variables of 1,430, variable reability of 0.123, responsiveness variables of -0.576, assurance variables of 0.270, and emphaty variables of -0.417, which means that tangibles variables, reability, and assurance have a positive effect while variable responsiveness and emphaty negatively affect the quality of lazada application services. While based on the F test obtained a calculated F value of 0.436. This means that tangibles, reability, responsiveness, assurance and emphaty variables together have a positive influence on quality service.

Keywords: Lazada, Servqual, SPSS.

1. PENDAHULUAN

Dalam perkembangan zaman yang sangat pesat dan semakin modern, akan mendorong berbagai macam perubahan sistem, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti sistem perdagangan, cara bertransaksi dan sistem pemasaran. Perkembangan dunia teknologi informasi yang semakin maju dari waktu ke waktu sudah terasa dampaknya oleh sebagian besar masyarakat dari yang awalnya sederhana menjadi modern dan serba cepat sehingga berdampak pada perilaku informasi dalam segala bidang, baik bidang pendidikan, kesehatan, hiburan, sumber informasi, tenaga kerja, dunia bisnis dan komunikasi tanpa batasan tempat dan waktu, kebutuhan informasi yang lebih cepat dan murah menuntut para pemberi informasi untuk memiliki sebuah media *online*, di mana informasi yang disajikan bisa dengan mudah dan cepat di dapatkan oleh konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan penggunaan internet.

Dalam dunia bisnis, website dalam bentuk *e-commerce* sudah merupakan kebutuhan suatu bisnis untuk pengembangan usaha karena terdapat berbagai manfaat yang dimiliki yang dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*. Menurut Munir Fuady *E-commerce* merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi internet. Pengertian *E-commerce* itu sendiri adalah suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik. Dengan demikian pada prinsipnya bisnis dengan *E-commerce* adalah bisnis tanpa warkat *paperless trading* [1]. Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan *browser web* untuk membeli dan menjual produk [2].

Lazada Group adalah sebuah perusahaan *e-commerce* Asia Tenggara yang didirikan oleh Rocket Internet dan Pierre Poignant pada tahun 2012, dan dimiliki oleh Alibaba Group. Pada tahun 2014, Lazada Group mengoperasikan situs-situs di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam dan meraih laba sekitar US\$ 647 juta dari beberapa putaran investasi dari para investornya seperti Tesco, Temasek Holdings, Summit Partners, JP Morgan Chase, Investment AB Kinnevik dan Rocket Internet. Lazada Indonesia sendiri didirikan pada tahun 2012 dan beroperasi hingga kini. Lamido, sebuah perusahaan inkubator Rocket Internet dibentuk pada bulan September 2013 lalu, tetapi akhirnya gulung tikar pada Juni 2016 [3].

Dalam beberapa penelitian yang sudah ada menunjukkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat beli ulang antara lain variabel kualitas pelayanan di mana faktor tersebut berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup suatu perusahaan karena akan berpengaruh terhadap minat beli atau keputusan pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan oleh konsumen. Dari uraian di atas dapat diketahui kualitas pelayanan yang membuat konsumen lebih yakin untuk lebih memilih menggunakan *e-commerce* sebagai situs belanja. Dengan ini penulis tertarik untuk mengukur kualitas pelayanan aplikasi Lazada. Adapun alasan dilakukannya analisis ini adalah karena Lazada merupakan aplikasi dengan jumlah pengunjung terbanyak nomor empat [4], namun belum banyak orang yang menganalisis Lazada dari sisi kualitas pelayanannya.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan suatu sistem informasi adalah metode Servqual. Alasan pemilihan metode Servqual dibandingkan dengan metode yang lain adalah Metode Servqual merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima [5]. Skala Servqual meliputi lima dimensi kualitas jasa yaitu; *Tangibles* (bukti terukur), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tangkap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati). Adapun variabel yang akan diukur untuk mengetahui kualitas layanan sistem informasi dengan menggunakan metode Servqual adalah: Variabel *Independen* (X_n), *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), *Empathy* (X_5). Variabel *dependen* (Y) = kualitas pelayanan.

Selain itu, metode Servqual dalam penelitian - penelitian sebelumnya telah digunakan untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan suatu sistem informasi. Kualitas pelayanan adalah suatu sikap dari hasil perbandingan pengharapan kualitas jasa konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen [6]. *Services quality* adalah tingkat-tingkat ukuran atas kualitas pelayanan yang di asumsikan berhubungan dengan perkembangan harga [7].

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *services quality* adalah suatu tingkat ukuran akan keunggulan yang diharapkan atas kualitas pelayanan yang dihubungkan dengan perkembangan harga atau tingkat perbandingan pengharapan kualitas jasa konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen untuk menjadi pengendali perkembangan harga. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan [8].

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan data serta informasi, metode yang digunakan adalah metode kuisioner dan studi literatur.

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirimkan melalui pos atau internet [9].

b. Studi Literatur

Studi literatur merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku buku, majalah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Teknik ini dilakukan dengan tujuan untuk mengungkapkan berbagai teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang sedang dihadapi/diteliti sebagai bahan rujukan dalam pembahasan hasil penelitian [10].

2.2. Tahapan Penelitian

Gambar 1 berikut adalah tahapan penelitian yang dilakukan dalam penelitian:

Gambar 1. Tahapan Penelitian

Beberapa tahapan – tahapan yang dilakukan pada analisis ini dimulai dengan menentukan permasalahan pada kasus yang akan dianalisis dengan Lazada sebagai objeknya. Kemudian langkah selanjutnya mengidentifikasi jumlah populasi pengguna Lazada yang akan dianalisis, dan ditentukan jumlah sampelnya. Kemudian penulis mulai menyusun kuesioner yang sesuai dan berhubungan dengan kasus dan disebarakan kepada pengguna Lazada melalui *Google Form* dan dilakukan secara random. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner dan dilakukan

perhitungan untuk mendapatkan hasil kuesioner dengan menggunakan perhitungan analisis deskriptif, pengujian persyaratan analisis, uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis, dan melakukan uji t dan uji f pada variabel Servqual dengan menggunakan aplikasi olah data SPSS. Kemudian menarik kesimpulan dari hasil yang didapatkan dari penelitian.

2.3. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pengguna aplikasi Lazada berbasis *mobile*. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti. Adapun jumlah pengguna aplikasi Lazada didapatkan sebanyak 100 responden. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus representative (mewakili) [11].

2.4. Penentuan Sampel

Penentuan banyaknya sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Rao Purba [12]. Tingkat kesalahan (e) sebesar 10 % dan tingkat keyakinan sebesar 95 %.

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2} \quad (1)$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = skor pada tingkat signifikan tertentu

Moe = *margin of error*, tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi

Tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi pada penelitian ini ditetapkan sebesar 0,10 atau 10 %, sehingga tingkat kepercayaan dalam penentuan sampel yang digunakan adalah 95 % atau $z = 1,96$. Nilai tingkat kepercayaan 95 % atau $z = 1,96$ adalah tingkat keyakinan yang paling sering digunakan. Tingkat keyakinan 95 % atau $z = 1,96$ memberikan keseimbangan antara presisi dan reliabilitas [12]. Dari rumus 1 didapat hasil perhitungan banyaknya sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

2.5. Variabel Penelitian

Berdasarkan studi literatur, diperoleh variabel dan indikator yang digunakan penelitian merujuk pada jurnal penelitian sebelumnya seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
1.	<i>Reliability</i> (Reliabilitas) (X_1)	Waktu yang tertera pada aplikasi Lazada benar dan sesuai (pengiriman barang)
		CS Lazada memberikan tanggapan yang baik dan cepat kepada pelanggan yang melakukan protes
		Aplikasi Lazada dapat diandalkan pelayanannya yang baik dan cepat
		Aplikasi Lazada menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang dijanjikan
		Aplikasi Lazada memiliki pencatatan yang baik

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
2.	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) (X ₂)	Halaman pada <i>e-commerce</i> tidak mengalami hang saat melakukan transaksi
		Pihak Lazada cepat dalam memberikan layanan <i>service</i> kepada konsumen
		Pihak Lazada menyelesaikan keluhan atau masalah dari pelanggan dengan cepat
		Pihak Lazada cepat dalam memberikan informasi kepada pelanggan.
3.	<i>Assurance</i> (Jaminan) (X ₃)	Pengguna aplikasi Lazada dapat merasa aman dalam melakukan transaksi
		Pihak Lazada selalu cepat dan tepat dalam memenuhi keinginan pelanggan
		Pengiriman barang sesuai dengan yang dipesan oleh pelanggan
		Stok barang ditulis di <i>e-commerce</i> sesuai dengan stok yang ada
4.	<i>Emphaty</i> (Empati) (X ₄)	Tidak terjadi perubahan harga produk ketika telah terjadi transaksi pembelian barang
		Pengelola <i>e-commerce</i> menyediakan layanan secara <i>online</i>
		Terdapat alamat kantor cabang daerah yang bisa dikunjungi oleh pelanggan
		Pengelola <i>e-commerce</i> menyediakan layanan melalui telepon
		Pengelola <i>e-commerce</i> menyediakan layanan untuk berbicara langsung kepada staf pengelola jika ada masalah berkaitan dengan <i>e-commerce</i>
5.	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) (X ₅)	Tampilan menu pada aplikasi Menarik bagi pengguna
		Memiliki layout yang memudahkan dalam mencari produk
		Struktur menu teratur serta mudah dikenali
		Tata letak menu dan produk rapi serta teratur
6.	<i>Quality Service</i> (Kualitas Pelayanan) (Y)	Saya merasa mudah untuk melakukan transaksi pada aplikasi lazada
		Saya merasa tidak masalah untuk memberikan informasi pribadi saya
		Lazada memberikan ruang untuk personalisasi
		Lazada memberikan ruang untuk berkomunikasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Profil Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan melalui link *google form* kepada 100 responden pengguna aplikasi Lazada, maka di dapat responden dengan latar belakang status yang berbeda berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

Gambar 2. Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 2, menunjukkan bahwa 100 responden yang digunakan dalam analisis ini, sebagian besar didominasi oleh wanita sebanyak 61 orang dengan persentase 61 %, sedangkan sisanya merupakan responden berjenis kelamin pria dengan persentase 39 %.

Gambar 3. Berdasarkan Usia

Dari gambar 3, menunjukkan dari 100 responden yang mengisi kuesioner sebagai pengguna aplikasi Lazada, sebagian besar didominasi oleh responden ber usia 21 - 25 tahun sebanyak 48 orang dengan persentase 48 % selanjutnya diikuti dengan usia 15 - 20 sebanyak 17 orang dengan persentase 17 % kemudian usia 36 - 40, 26 - 30, dan 31 - 35.

Gambar 4. Berdasarkan Pekerjaan

Dari gambar 4 dapat diketahui bahwa pekerjaan responden paling banyak berasal dari pelajar/mahasiswa sebanyak 34 %, kemudian diikuti dengan tidak bekerja sebanyak 21 % dan sisanya adalah pegawai swasta 16 % dan pegawai negeri 15 %, pedagang/buruh 14 %.

3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur, untuk menguji validitas konstruk yang dilakukan dengan cara mengorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya [13]. Hasil dari perhitungan uji validitas ditunjukkan Tabel 2.

Tabel 2. Uji Validitas

Indikator	Rtabel	rhitung	Signifikan	Keterangan
RY1	0.195	0.792	0,000	Valid
RY2	0.195	0.813	0,000	Valid
RY3	0.195	0.864	0,000	Valid
RY4	0.195	0.766	0,000	Valid
RE1	0.195	0.751	0,000	Valid
RE2	0.195	0.845	0,000	Valid
RE3	0.195	0.851	0,000	Valid
RE4	0.195	0.899	0,000	Valid
AE1	0.195	0.823	0,000	Valid
AE2	0.195	0.716	0,000	Valid
AE3	0.195	0.831	0,000	Valid
AE4	0.195	0.787	0,000	Valid
EY1	0.195	0.781	0,000	Valid
EY2	0.195	0.873	0,000	Valid
EY3	0.195	0.862	0,000	Valid
EY4	0.195	0.791	0,000	Valid
EY5	0.195	0.797	0,000	Valid
TS1	0.195	0.905	0,000	Valid
TS2	0.195	0.936	0,000	Valid
TS3	0.195	0.935	0,000	Valid
TS4	0.195	0.929	0,000	Valid
Q1	0.195	0.558	0,000	Valid
Q2	0.195	0.506	0,000	Valid
Q3	0.195	0.617	0,000	Valid
Q4	0.195	0.605	0,000	Valid

Dari hasil uji validitas variabel *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibles* dengan menggunakan SPSS terhadap 100 responden dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pernyataan tersebut memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi p-value lebih kecil dari 0,05. Sehingga semua item pernyataan tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini (valid). Hasil dari perhitungan uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
<i>Reability</i>	0.822	0,7	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0.856	0,7	Reliabel
<i>Assurance</i>	0.788	0,7	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0.876	0,7	Reliabel
<i>Tangibles</i>	0.945	0,7	Reliabel
<i>Quality</i>	0.312	0,7	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas semua variabel, diperoleh nilai-nilai Cronbach Alpha dari semua variabel penelitian ini menunjukkan lebih besar dari nilai 0,7 maka jawaban-jawaban responden dari variabel-variabel penelitian tersebut reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

3.3. Uji Hipotesis

a. Hasil uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5 %. Berdasarkan hasil analisis didapatkan hasil seperti pada Tabel 2 dan 3 yang menggunakan SPSS, hasil pengujian secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, diperoleh nilai t hitung 0.123 Artinya dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *Reability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Quality Service*.
2. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, diperoleh nilai t hitung sebesar 0.576 artinya dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Quality Service*.
3. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, diperoleh nilai t hitung sebesar 0.270 artinya dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Quality Service*.
4. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, diperoleh nilai t hitung sebesar 0.417 artinya dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Quality Service*.
5. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, diperoleh nilai t hitung sebesar 1.430 artinya dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *Tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Quality Service*.

b. Hasil uji F

Uji F adalah untuk menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 5 % atau 0,05. Berdasarkan hasil analisis didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.734	5	1.147	.436	.822 ^b
	Residual	247.266	94	2.630		
	Total	253.000	99			
a. Dependent Variable: Quality Service						
b. Predictors: (Constant), Tangibles, Reability, Emphaty, Assurance, Responsiveness						

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh nilai F hitung sebesar 0.436 dengan taraf signifikansi sebesar 0,822. Ini menunjukkan bahwa taraf signifikansi F hitung lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 0,05. Artinya bahwa variabel *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibles* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Quality Service*.

3.4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R^2 dari model regresi digunakan untuk mengetahui besarnya variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Berdasarkan hasil analisis didapatkan hasil sebagai berikut:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.174 ^a	.030	-.021	.94325

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Reability, Emphaty, Assurance, Responsiveness

Gambar 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0.174 yang berarti bahwa variabilitas variabel kualitas pelayanan aplikasi Lazada dapat dijelaskan oleh variabel *tangibles*, *reability*, *emphaty*, *assurances* dan *responsiveness* sebesar 30%, sedangkan sisanya sebesar 70% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

3.5. Pembahasan

1. Variabel *reability* berpengaruh terhadap kualitas layanan aplikasi lazada.

Mengukur kualitas layanan ditinjau dari sisi *reability* dari aplikasi lazada. Variabel *reability* memiliki hubungan yang signifikan terhadap kualitas layanan aplikasi lazada, berdasarkan hasil dari uji t, diperoleh nilai t statistik sebesar 0,123. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel *reability* berpengaruh positif terhadap quality service.

2. Variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap tingkat kualitas layanan lazada.

Mengukur kualitas layanan dari sisi *responsiveness* yang disediakan oleh aplikasi lazada. Pada variabel *responsiveness* hasil berdasarkan uji t, diperoleh nilai t statistik sebesar -0,576. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh negatif terhadap kualitas layanan.

3. Variabel *assurances* berpengaruh terhadap tingkat kualitas layanan lazada.

Mengukur kualitas layanan dari sisi *assurances* program aplikasi lazada itu sendiri dimana variabel *assurances* berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t statistik sebesar 0,270. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel *assurances* berpengaruh positif terhadap quality service.

4. Variabel *emphaty* berpengaruh terhadap tingkat kualitas layanan lazada.

Mengukur kualitas layanan dari sisi *emphaty* dalam menggunakan sistem seperti proses memasukan data, mengolah data, dan mencari informasi. Pada variabel *emphaty* berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t statistik sebesar -0,417. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel *emphaty* berpengaruh negatif terhadap quality service.

5. Variabel *tangibles* berpengaruh terhadap tingkat kualitas layanan lazada.

Mengukur kualitas layanan dari sisi *tangibles* sistem dalam menyajikan atau menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. Pada variabel *tangibles* berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t statistik sebesar 1,430. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel *tangibles* berpengaruh positif terhadap quality service.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

- Hasil yang didapat dari nilai t hitung masing-masing variabel yaitu *reability*, *responsiveness*, *assurances*, *emphaty* dan *tangibles* yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terhadap kualitas layanan aplikasi Lazada

2. Hasil yang didapat dari nilai F hitung menunjukkan *variabel reability, responsiveness, assurances, emphaty* dan *tangibles* secara simultan berpengaruh terhadap kualitas layanan aplikasi Lazada.
3. Hasil uji analisis korelasi menunjukkan bahwa semua variabel *independen* mempengaruhi variabel *dependen* yang ditunjukkan dengan rhitung yang didapat mencapai 0,500 – 0,900 dengan tingkat hubungan sangat kuat.
4. Hasil nilai koefisien determinasi berganda R^2 sebesar 0,174 menunjukkan variabel kualitas layanan dapat dijelaskan oleh variabel *reability, responsiveness, assurances, emphaty* dan *tangibles* sebesar 30 %. Sedangkan sisanya sebesar 70 % dijelaskan oleh factor lain.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam melakukan penelitian ini. Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah:

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode yang berbeda agar dapat dibandingkan dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, atau menggunakan metode yang sama namun dengan kasus yang berbeda dan dengan jumlah populasi yang lebih banyak.
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan Teknik pengambilan sampling yang berbeda dari penelitian yang dilakukan ini dan menggunakan sampel dengan jumlah yang sudah diketahui jumlah pastinya. Karena mungkin dari Teknik pengambilan sampling dan sampel yang sudah diketahui jumlahnya yang akan dilakukan dapat mempengaruhi hasil dari penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Munir Fuady. 2008, *Pengantar Hukum Bisnis*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- [2] McLeod Jr, Raymod dan George P Schell. 2008, *Sistem Informasi Manajemen Edisi 10*, Salemba Empat, Jakarta
- [3] Ghozali. 2016, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- [4] Danial dan Wasriah. 2009, *Metode Penulisan Karya Ilmiah*, Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI, Bandung
- [5] Usmara, A, 2008, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, Amara Book, Jakarta
- [6] Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorious. 2005, *Service Quality Satisfaction*, Andi, Yogyakarta
- [7] Bachmann, & Zaheer. 2006, *Handbook of Trust Research*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham
- [8] Danial dan Wasriah. 2009, *Metode Penulisan Karya Ilmiah*, Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI, Bandung
- [9] Della Alviali Suwanto. 2013, *Survey Tentang Pemahaman dan Sikap Siswa Terhadap Narkoba atau Napza di Kalangan Remaja Universitas Indonesia*
- [10] Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorious. 2005, *Service Quality Satisfaction*, Andi, Yogyakarta

- [11] Fandy, Tjiptono. 2004, *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Andi Offset, Yogyakarta
- [12] Rao, Purba. 2006, *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis, The Asian Manager* (February-March).
- [13] Sugiyono. 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*, Alfabeta, Bandung.