

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Objek Penelitian



Gambar 4.1 Logo Aplikasi Lazada
Sumber: Chaebur, 2019

Lazada merupakan perusahaan di Asia Tenggara yang bergerak di bidang *e-commerce* yang dimiliki oleh Alibaba Grup. Lazada merupakan perusahaan *e-commerce* yang berdiri pada tahun 2012 oleh Rocket Internet. Lazada telah menjadi salah satu *e-commerce* yang terkemuka di Indonesia. Pada tahun 2014, Lazada Grup mulai memperluas operasinya dengan membuka situs di beberapa negara, yaitu: Indonesia, Vietnam, Singapura, Filipina, Thailand, dan Malaysia (Chaebur, 2019). Aplikasi Lazada memberikan kemudahan kepada konsumennya dengan menyediakan banyak fitur, seperti: Akun, profil, pemesanan, pengiriman, pembayaran, pengembalian produk, pengembalian dana, LazMall, kebijakan, dan perlindungan data pribadi.

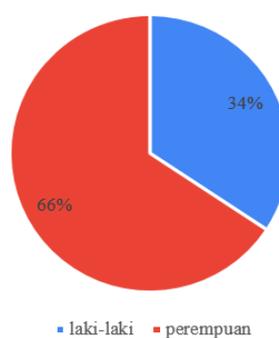
Pada tahun 2022 Lazada telah membantu lebih dari 135.000 penjual lokal dan internasional, serta 3.000 brand untuk melayani 560 juta konsumen di kawasan Asia Tenggara (Maris, 2022). Lazada memiliki lebih dari 40 gudang di setiap Kabupaten dan Kota, yang mana

hal tersebut dapat memudahkan Lazada untuk mengirimkan pesanan ke seluruh Indonesia. Aplikasi Lazada juga menawarkan fitur *cash on delivery* (COD) atau pembayaran di tempat. Fitur tersebut yang menjadikan daya tarik bagi konsumen Lazada (Maris, 2022).

2. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini yaitu masyarakat umum baik laki-laki maupun perempuan dengan rentan usia 18-55 tahun dan pernah menggunakan aplikasi *e-commerce* Lazada dengan minimal 1 kali transaksi pembelian. Pemilihan tersebut berdasarkan penjelasan dan data yang dipaparkan oleh Dwi Setyo pada datanesia (2022), yang menjelaskan bahwa sebanyak 66,3% jumlah penduduk Indonesia memiliki usia produktif *e-commerce* dengan rentan 16-55 tahun. Hasil penelitian dari 105 responden dapat dikelompokkan berdasarkan karakteristik sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

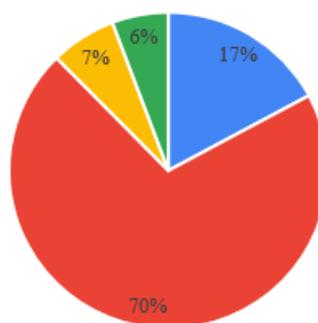


Gambar 4.2 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar 4.2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan jumlah laki-laki sebanyak 36 responden (34%), dan jumlah perempuan sebanyak 69 responden

(66%), sehingga total keseluruhan responden yaitu sebanyak 105 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih dominan dalam menggunakan *e-commerce* Lazada dibandingkan responden laki-laki.

b. Usia

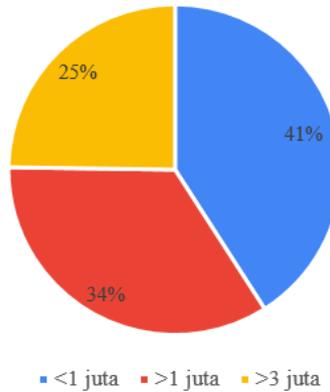


■ 18-20 tahun ■ 21-25 tahun ■ 26-30 tahun ■ >30 tahun

Gambar 4.3 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Usia
Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar 4.3 karakteristik responden berdasarkan usia yang paling dominan yaitu responden dengan usia antara 21-25 tahun sejumlah 74 responden (70%), usia antara 18-20 tahun dengan jumlah 18 responden (17%), usia antara 26-30 tahun dengan jumlah 7 responden (7%), dan usia >30 tahun sejumlah 6 responden (6%). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat umum yang sering menggunakan aplikasi Lazada yaitu usia 18-25 tahun.

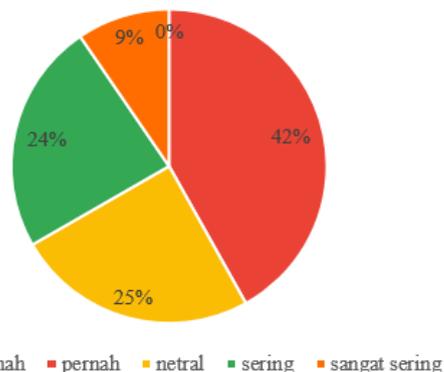
c. Pendapatan



Gambar 4.4 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan
Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar 4.4 karakteristik responden berdasarkan pendapatan, yang mana dominan responden dengan jumlah <1 juta yaitu sebanyak 43 responden (41%), pendapatan >1 juta yaitu sebanyak 36 responden (34%), dan pendapatan >3 juta sebanyak 26 responden (25%). Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pendapatan yang sedikit tidak mempengaruhi responden dalam membuka dan melakukan transaksi menggunakan aplikasi *e-commerce* Lazada.

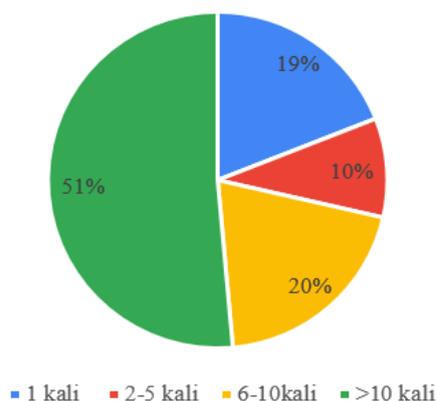
d. Intensitas Membuka Aplikasi Lazada



Gambar 4.5 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Intensitas Membuka
Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar 4.5 karakteristik responden berdasarkan intensitas membuka aplikasi Lazada yaitu, tidak pernah sebanyak 0 responden (0%), pernah sebanyak 44 responden (42%), netral sebanyak 26 responden (25%), sering sebanyak 25 responden (24%), sangat sering sebanyak 10 responden (9%), sehingga total keseluruhan yaitu 105 responden. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden dominan membuka aplikasi lazada dalam kategori pernah yaitu sebanyak 44 responden.

e. Pembelian pada Aplikasi Lazada



Gambar 4.6 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian
Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar 4.6 karakteristik responden berdasarkan pembelian pada aplikasi Lazada yaitu dominan responden dengan melakukan pembelian sebanyak >10 kali dengan jumlah 54 responden (51%), pembelian 6-10 kali dengan jumlah 21 responden (20%), pembelian 1 kali dengan jumlah 20 responden (19%), dan pembelian 2-5 kali dengan jumlah 10 responden (10%). Berdasarkan data tersebut responden memiliki intensitas tinggi dalam melakukan pembelian pada aplikasi *e-commerce* Lazada yaitu

>10 kali pembelian.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Terdapat 6 dimensi dalam penelitian ini, yaitu efisiensi, ketersediaan, pemenuhan, privasi, kompensasi, dan kontak. Keenam dimensi tersebut memiliki item pernyataan sebanyak 27 item. Berikut merupakan deskripsi statistik berupa *min*, *max*, *mean*, dan *standard deviation* dari masing-masing pernyataan yang disajikan pada table berikut:

Tabel 4.1 *Descriptive Statistic*

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
D1.1	105	2	5	3,69	0,800
D1.2	105	2	5	3,56	0,854
D1.3	105	1	5	3,46	0,832
D1.4	105	2	5	3,58	0,875
D1.5	105	1	5	3,63	0,858
D1.6	105	2	5	3,78	0,866
D2.1	105	1	5	3,55	0,796
D2.2	105	2	5	3,60	0,862
D2.3	105	1	5	3,63	0,923
D2.4	105	1	5	3,59	0,874
D2.5	105	2	5	3,76	0,779
D2.6	105	1	5	3,78	0,855
D3.1	105	1	5	3,52	1,010
D3.2	105	1	5	3,52	0,889
D3.3	105	1	5	3,65	0,930
D3.4	105	1	5	3,50	0,962
D3.5	105	1	5	3,65	0,843
D4.1	105	2	5	3,67	0,828
D4.2	105	2	5	3,66	0,818
D4.3	105	1	5	3,50	0,845
D4.4	105	2	5	3,57	0,929
D5.1	105	1	5	3,35	0,877
D5.2	105	1	5	3,47	0,821
D5.3	105	2	5	3,58	0,918
D6.1	105	1	5	3,74	0,899
D6.2	105	1	5	3,49	0,911
D6.3	105	1	5	3,36	0,982
Valid N (listwise)	105				

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa jawaban minimum pada pernyataan yang diberikan yaitu 1 dengan keterangan sangat tidak setuju dan jawaban maksimum yaitu 5 dengan keterangan sangat setuju. Data dalam penelitian ini memiliki sebaran data yang baik,

yang mana dilihat dari nilai *standard deviation* yang lebih kecil dari nilai *mean*.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur suatu item pertanyaan dalam kuesioner valid atau tidaknya item tersebut (Sugiyono, 2019). Data dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari ($>$) r tabel dengan nilai signifikansi lebih kecil dari ($<$) 0,05 sedangkan jika nilai r hitung lebih kecil dari ($<$) r tabel artinya data dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.2 Uji Validitas

Dimensi	Item Soal	r hitung	r tabel	Nilai Sig.	Alpha 5%	Keterangan
Efisiensi (D1)	D1.1	0,806	0,1614	0,000	0,05	Valid
	D1.2	0,813		0,000		Valid
	D1.3	0,816		0,000		Valid
	D1.4	0,812		0,000		Valid
	D1.5	0,807		0,000		Valid
	D1.6	0,781		0,000		Valid
Ketersediaan (D2)	D2.1	0,735		0,000		Valid
	D2.2	0,763		0,000		Valid
	D2.3	0,792		0,000		Valid
	D2.4	0,808		0,000		Valid
	D2.5	0,729		0,000		Valid
	D2.6	0,813		0,000		Valid
Pemenuhan (D3)	D3.1	0,810		0,000		Valid
	D3.2	0,786		0,000		Valid
	D3.3	0,795		0,000		Valid
	D3.4	0,802		0,000		Valid
	D3.5	0,713		0,000		Valid
Privasi (D4)	D4.1	0,798		0,000		Valid
	D4.2	0,810		0,000		Valid
	D4.3	0,799		0,000		Valid
	D4.4	0,817		0,000		Valid
Kompensasi (D5)	D5.1	0,837	0,000	Valid		
	D5.2	0,842	0,000	Valid		
	D5.3	0,849	0,000	Valid		
Kontak (D6)	D6.1	0,767	0,000	Valid		
	D6.2	0,813	0,000	Valid		
	D6.3	0,872	0,000	Valid		

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari dimensi efisiensi, ketersediaan, pemenuhan, privasi, kompensasi, dan kontak memiliki r hitung lebih besar dari r tabel (0,1614) dan nilai signifikansi kurang dari ($<$) 0,05 yaitu sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa data layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi dan stabilitas data (Sugiyono, 2019). Jika nilai *Cronbach's Alpha* (CA) lebih besar dari ($>$) 0,60 dinyatakan kuesioner konsisten dan reliabel. Sedangkan, jika nilai *Cronbach's Alpha* (CA) lebih kecil dari ($<$) 0,60 dinyatakan kuesioner tidak konsisten dan reliabel.

Tabel 4.3 Uji Reliabilitas

Dimensi	Jumlah Pernyataan	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Efisiensi	6	0,892	Reliabel
Ketersediaan	6	0,866	Reliabel
Pemenuhan	5	0,841	Reliabel
Privasi	4	0,819	Reliabel
Kompensasi	3	0,794	Reliabel
Kontak	3	0,753	Reliabel

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas dari dimensi efisiensi, ketersediaan, pemenuhan, privasi, kompensasi, dan kontak memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari ($>$) 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dinyatakan reliabel.

B. Analisis E-Servqual dan Zone Of Tolerance

1. Pengukuran Kualitas Layanan

Data kualitas layanan diukur dengan menjumlah dan rata-rata hasil pengukuran yang dilakukan menggunakan kuesioner (Waliyuddin et al., 2023). Kuesioner yang disebarkan kepada responden dengan rincian 6 dimensi dan 27 item pernyataan. Data berupa angka 1 (sangat tidak setuju) hingga angka 5 (sangat setuju). Berikut merupakan data kualitas layanan yang dari 105 responden sebagai berikut:

Tabel 4.4 Rata-rata Kualitas Layanan

Dimensi	Item	Layanan yang dirasakan	Layanan yang diinginkan	Layanan yang memadai
Efisiensi (D1)	D1.1	3,69	4,26	3,98
	D1.2	3,56	4,45	4,01
	D1.3	3,46	3,63	3,55
	D1.4	3,58	4,21	3,90
	D1.5	3,63	4,2	3,92
	D1.6	3,78	4,24	4,01
Ketersediaan (D2)	D2.1	3,55	3,54	3,55
	D2.2	3,6	3,54	3,57
	D2.3	3,63	4,17	3,90
	D2.4	3,59	4,22	3,91
	D2.5	3,76	4,18	3,97
	D2.6	3,78	3,43	3,61
Pemenuhan (D3)	D3.1	3,52	3,41	3,47
	D3.2	3,52	4,21	3,87
	D3.3	3,65	4,32	3,99
	D3.4	3,5	3,29	3,40
	D3.5	3,65	4,37	4,01
Privasi (D4)	D4.1	3,67	4,34	4,01
	D4.2	3,66	4,33	4,00
	D4.3	3,5	3,28	3,39
	D4.4	3,57	4,2	3,89
Kompensasi (D5)	D5.1	3,35	3,34	3,35
	D5.2	3,47	4,22	3,85
	D5.3	3,58	3,34	3,46
Kontak (D6)	D6.1	3,74	4,02	3,88

Dimensi	Item	Layanan yang dirasakan	Layanan yang diinginkan	Layanan yang memadai
	D6.2	3,49	3,18	3,34
	D6.3	3,36	4,2	3,78

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 terkait dengan kualitas layanan, yang mana nilai tersebut diperoleh dari jumlah dan rata-rata jawaban pernyataan dari responden melalui kuesioner. Diketahui bahwa kualitas layanan pada masing-masing dimensi adalah sebagai berikut:

a. Dimensi Efisiensi

Pada dimensi efisiensi untuk saat ini nilai layanan yang dirasakan lebih kecil dibandingkan nilai layanan yang diinginkan. Yang diartikan bahwa belum adanya layanan yang sesuai dengan keinginan para konsumen pada dimensi efisiensi. Item yang memiliki nilai kurang terbesar yaitu D1.2 dengan nilai layanan yang dirasakan 3,56 dan layanan yang diinginkan 4,26 dengan gap -0,89. Item tersebut tentang penyediaan berbagai fitur yang mudah pada aplikasi Lazada. Dan diketahui bahwa nilai rata-rata layanan yang memadai pada dimensi efisiensi sebesar 3,90.

b. Dimensi Ketersediaan

Dimensi ketersediaan memiliki 6 item pernyataan, item yang memiliki nilai kurang terbesar yaitu D2.4 dengan nilai layanan yang dirasakan 3,59 dan layanan yang diinginkan 4,22 dengan gap -0,63. Item tersebut tentang aplikasi dapat menemukan informasi produk tertentu. Sedangkan item yang memiliki nilai lebih terbesar yaitu

D2.6 dengan nilai layanan yang dirasakan 3,78 dan layanan yang diinginkan 3,43 dengan gap 0,35. Item tersebut tentang adanya informasi yang diberikan aplikasi tentang pembayaran. Dan nilai rata-rata layanan yang memadai pada dimensi ketersediaan yaitu 3,75.

c. Dimensi Pemenuhan

Dimensi pemenuhan memiliki 5 item pernyataan, item yang memiliki nilai kurang terbesar yaitu D3.5 dengan nilai layanan yang dirasakan 3,65 dan layanan yang diinginkan 4,37 dengan gap -0,72. Item tersebut tentang menjaga keamanan data pelanggan. Sedangkan item yang memiliki nilai lebih terbesar yaitu D3.4 dengan nilai layanan yang dirasakan 3,5 dan layanan yang diinginkan 3,29 dengan gap 0,21. Item tersebut tentang melakukan pengiriman barang sesuai dengan gambar pada aplikasi. Dan diketahui bahwa nilai rata-rata layanan yang memadai sebesar 3,75.

d. Dimensi Privasi

Dimensi privasi memiliki 4 item pernyataan, item yang memiliki nilai kurang terbesar yaitu D4.1 dan D4.2 kedua item tersebut sama-sama memiliki nilai gap -0,67. Item D4.1 tentang menghindari penggunaan data pelanggan tanpa kesepakatan kedua pihak dengan nilai layanan yang dirasakan 3,67 dan layanan yang diinginkan 4,34 dan item D4.2 tentang keamanan aplikasi terjaga dengan nilai layanan yang dirasakan 3,66 dan layanan yang

diinginkan 4,33. Sedangkan item yang memiliki nilai lebih terbesar yaitu D4.3 dengan nilai layanan yang dirasakan 3,5 dan layanan yang diinginkan 3,28 dengan gap 0,22. Item tersebut tentang pihak Lazada mampu merespon secara cepat dan tepat. Dan nilai rata-rata layanan yang memadai pada dimensi privasi yaitu 3,82.

e. Dimensi Kompensasi

Dimensi kompensasi memiliki 3 item pernyataan, item yang memiliki nilai kurang terbesar yaitu D5.2 dengan nilai layanan yang dirasakan 3,47 dan layanan yang diinginkan 4,22 dengan gap -0,75. Item tersebut tentang adanya *refund* jika pihak Lazada melakukan kesalahan. Sedangkan item yang memiliki nilai lebih terbesar yaitu D5.3 dengan nilai layanan yang dirasakan 3,58 dan layanan yang diinginkan 3,34 dengan gap 0,24. Item tersebut tentang pemberian kompensasi tunai atau non tunai jika stok habis. Dan nilai rata-rata layanan yang memadai pada dimensi kompensasi yaitu 3,55.

f. Dimensi Kontak

Dimensi kontak memiliki 3 item pernyataan, item yang memiliki nilai kurang terbesar yaitu D6.3 dengan nilai layanan yang dirasakan 3,36 dan layanan yang diinginkan 4,2 dengan gap -0,84. Item tersebut tentang adanya alternatif lain untuk memudahkan komunikasi. Sedangkan item yang memiliki nilai lebih terbesar yaitu D6.2 dengan nilai layanan yang dirasakan 3,49 dan layanan yang diinginkan 3,18 dengan gap 0,31. Item tersebut tentang adanya

kemudahan saat menghubungi pihak aplikasi. Dan nilai rata-rata layanan yang memadai pada dimensi kontak yaitu 3,67.

2. Pengukuran Zone Of Tolerance

Pengukuran *Zone Of Tolerance* dihitung dengan rumus:

$$\text{Zone Of Tolerance} = \text{Layanan yang Diinginkan} - \text{Layanan yang Memadai}$$

$$\text{MSA} = \text{Layanan yang Dirasakan} - \text{Layanan yang Memadai}$$

$$\text{MSS} = \text{Layanan yang Dirasakan} - \text{Layanan yang Diinginkan}$$

$$\text{Posisi MSA} = \text{ZOT} - \text{MSA}$$

$$\text{Posisi MSS} = \text{ZOT} - \text{MSS}$$

$$\text{Posisi Layanan Sekarang} = \text{Layanan Dirasakan} - \text{Layanan Memadai}$$

Keterangan :

MSA : *Measure of Adequate*

MSS : *Measure of Service Superiority*

Berikut merupakan data pengukuran dari *Zone Of Tolerance*:

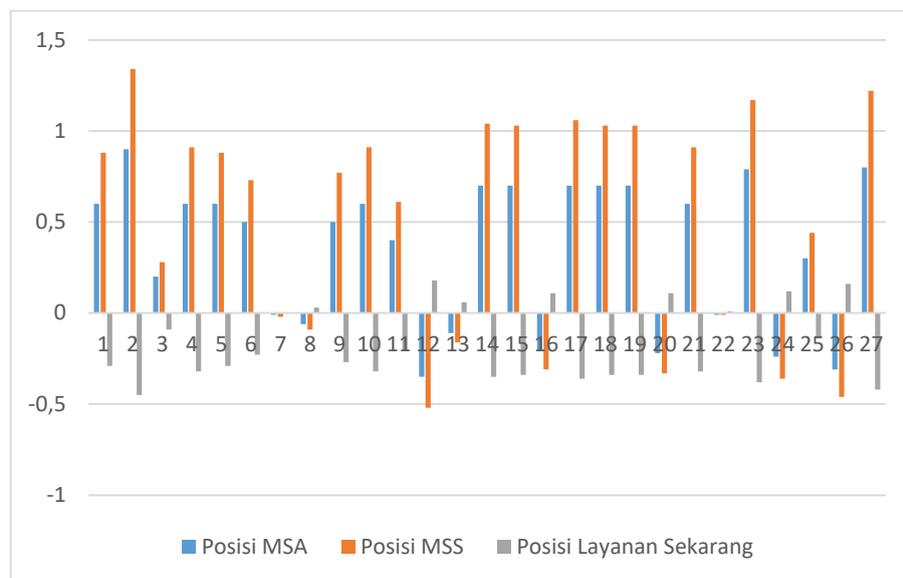
Tabel 4.5 Pengukuran Zone Of Tolerance

Dimensi	Item	MSA	MSS	ZOT	Posisi MSA	Posisi MSS	Posisi Layanan Sekarang
Efisiensi (D1)	D1.1	-0,29	-0,57	0,28	0,57	0,85	-0,29
	D1.2	-0,45	-0,89	0,44	0,89	1,33	-0,45
	D1.3	-0,09	-0,17	0,08	0,17	0,25	-0,09
	D1.4	-0,32	-0,63	0,31	0,63	0,94	-0,32
	D1.5	-0,29	-0,57	0,28	0,57	0,85	-0,29
	D1.6	-0,23	-0,46	0,23	0,46	0,69	-0,23
Ketersediaan (D2)	D2.1	0,00	0,01	-0,01	-0,01	-0,02	0,00
	D2.2	0,03	0,06	-0,03	-0,06	-0,09	0,03
	D2.3	-0,27	-0,54	0,27	0,54	0,81	-0,27
	D2.4	-0,32	-0,63	0,31	0,63	0,94	-0,32
	D2.5	-0,21	-0,42	0,21	0,42	0,63	-0,21
	D2.6	0,18	0,35	-0,18	-0,36	-0,53	0,17
Pemenuhan (D3)	D3.1	0,06	0,11	-0,06	-0,12	-0,17	0,05

Dimensi	Item	MSA	MSS	ZOT	Posisi MSA	Posisi MSS	Posisi Layanan Sekarang
	D3.2	-0,35	-0,69	0,34	0,69	1,03	-0,35
	D3.3	-0,34	-0,67	0,33	0,67	1	-0,34
	D3.4	0,11	0,21	-0,11	-0,22	-0,32	0,1
	D3.5	-0,36	-0,72	0,36	0,72	1,08	-0,36
Privasi (D4)	D4.1	-0,34	-0,67	0,33	0,67	1	-0,34
	D4.2	-0,34	-0,67	0,33	0,67	1	-0,34
	D4.3	0,11	0,22	-0,11	-0,22	-0,33	0,11
	D4.4	-0,32	-0,63	0,31	0,63	0,94	-0,32
Kompensasi (D5)	D5.1	0,01	0,01	-0,01	-0,02	-0,02	0,00
	D5.2	-0,38	-0,75	0,37	0,75	1,12	-0,38
	D5.3	0,12	0,24	-0,12	-0,24	-0,36	0,12
Kontak (D6)	D6.1	-0,14	-0,28	0,14	0,28	0,42	-0,14
	D6.2	0,16	0,31	-0,16	-0,32	-0,47	0,15
	D6.3	-0,42	-0,84	0,42	0,84	1,26	-0,42

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.5 hasil dari perhitungan nilai MSA, MSS, dan layanan sekarang masih banyak yang berada di bawah MSA. Hal tersebut berarti bahwa pelayanan yang saat ini dirasakan belum memuaskan pelanggan Lazada. Apabila nilai layanan sekarang berada di atas posisi dari MSS, dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa puas atas layanan yang diterima. Sedangkan, konsumen akan merasa tidak puas dengan layanan yang diterima jika nilai layanan sekarang berada di bawah posisi dari MSA (Waliyuddin et al., 2023). Langkah selanjutnya yaitu melakukan pemetaan *zone of tolerance* melalui grafik berikut:



Gambar 4.7 Hasil Pemetaan Zone Of Tolerance
Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar 4.7 dapat disimpulkan bahwa untuk saat ini masih banyak layanan yang dibawah posisi MSA, sehingga perlu adanya perbaikan pada kualitas layanan Lazada. Dalam menghitung nilai perbaikan melibatkan nilai gap. Nilai gap diperoleh dari layanan yang dirasakan dikurangi (-) layanan yang diinginkan. Sedangkan, nilai perbaikan didapatkan dari gap dikurangi (-) posisi layanan sekarang. Nilai perbaikan akan selalu menghasilkan angka positif, yang mana diibartkan sebagai suatu usaha yang harus dilakukan untuk kemajuan dari perusahaan Lazada itu sendiri. Perhitungan perbaikan dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Pengukuran Gap dan Nilai Perbaikan

Dimensi	Item	GAP	Keterangan	Nilai Perbaikan
Efisiensi (D1)	D1.1	-0,57	Tidak Puas	0,28
	D1.2	-0,89	Tidak Puas	0,44
	D1.3	-0,17	Tidak Puas	0,08
	D1.4	-0,63	Tidak Puas	0,31

Dimensi	Item	GAP	Keterangan	Nilai Perbaikan
	D1.5	-0,57	Tidak Puas	0,28
	D1.6	-0,46	Tidak Puas	0,23
Ketersediaan (D2)	D2.1	0,01	Puas	-
	D2.2	0,06	Puas	-
	D2.3	-0,54	Tidak Puas	0,27
	D2.4	-0,63	Tidak Puas	0,31
	D2.5	-0,42	Tidak Puas	0,21
	D2.6	0,35	Puas	-
Pemenuhan (D3)	D3.1	0,11	Puas	-
	D3.2	-0,69	Tidak Puas	0,34
	D3.3	-0,67	Tidak Puas	0,33
	D3.4	0,21	Puas	-
	D3.5	-0,72	Tidak Puas	0,36
Privasi (D4)	D4.1	-0,67	Tidak Puas	0,33
	D4.2	-0,67	Tidak Puas	0,33
	D4.3	0,22	Puas	-
	D4.4	-0,63	Tidak Puas	0,31
Kompensasi (D5)	D5.1	0,01	Puas	-
	D5.2	-0,75	Tidak Puas	0,37
	D5.3	0,24	Puas	-
Kontak (D6)	D6.1	-0,28	Tidak Puas	0,14
	D6.2	0,31	Puas	-
	D6.3	-0,84	Tidak Puas	0,42

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.5 dan tabel 4.6 pemetaan *zone of tolerance* terjadi apabila posisi layanan sekarang berada di atas posisi dari MSS disimpulkan bahwa kualitas layanan yang diterima sudah masuk rentang dan menimbulkan rasa kepuasan. Selanjutnya, apabila posisi layanan sekarang berada di bawah MSA, maka disimpulkan bahwa pelayanan yang diterima pelanggan tidak puas. Dan apabila kedudukan MSS diatas posisi layanan sekarang namun berada diatas posisi MSA dapat disimpulkan bahwa konsumen sudah merasa puas namun tingkat kepuasannya belum maksimal (Waliyuddin et al., 2023). Pemetaan *zone*

of tolerance pada masing-masing dimensi adalah sebagai berikut:

a. Dimensi Efisiensi

Pada dimensi efisiensi untuk saat ini pelayanan yang dirasakan oleh konsumen yaitu tidak puas. Yang mana pada kelima item dimensi efisiensi posisi layanan sekarang berada di bawah posisi MSA. Nilai gap terbesar yaitu pada item D1.2 tentang aplikasi menyediakan berbagai fitur yang mudah, dengan nilai gap -0,89 dan nilai perbaikan 0,44.

b. Dimensi Ketersediaan

Pada dimensi ketersediaan terdapat 6 item pernyataan, yang mana item tersebut menggambarkan pelayanan yang dirasakan oleh konsumen saat ini. Item puas terbesar terdapat pada item D2.6 tentang adanya informasi yang diberikan aplikasi mengenai pembayaran, dengan nilai posisi layanan sekarang 0,17 dan gap 0,35. Dan item tidak puas terbesar terdapat pada item D2.4 tentang aplikasi dapat menemukan informasi produk tertentu, dengan nilai posisi layanan sekarang -0,32, gap -0,63 dan nilai perbaikan 0,31.

c. Dimensi Pemenuhan

Pada dimensi pemenuhan item puas terbesar terdapat pada item D3.4 tentang melakukan pengiriman barang sesuai dengan gambar pada aplikasi dengan nilai posisi layanan sekarang 0,1 dan gap 0,21. Dan item tidak puas terbesar terdapat pada item D3.2 tentang ketepatan jumlah barang dalam pengiriman, dengan nilai

posisi layanan sekarang -0,35, gap -0,69 dan nilai perbaikan 0,34.

d. Dimensi Privasi

Pada dimensi privasi terdapat 4 item pernyataan, yang mana item tersebut menggambarkan pelayanan yang dirasakan oleh konsumen saat ini. Item puas terdapat pada item D4.3 tentang mampu merespon secara cepat dan tepat, dengan nilai posisi layanan sekarang 0,11 dan gap 0,22. Dan item tidak puas terbesar terdapat pada item D4.1 dan D4.2 yang mana kedua item tersebut nilai posisi layanan sekarang -0,34, gap -0,67 dan nilai perbaikan 0,33. Item D4.1 tentang menghindari penggunaan data pelanggan tanpa adanya kesepakatan kedua pihak, dan item D4.2 tentang keamanan aplikasi terjaga.

e. Dimensi Kompensasi

Pada dimensi kompensasi item puas terdapat pada item D5.3 tentang pemberian kompensasi jika stok habis, dengan nilai posisi layanan sekarang 0,12 dan gap 0,24. Dan item tidak puas terdapat pada item D5.2 tentang adanya *refund* jika pihak Lazada melakukan kesalahan, dengan nilai posisi layanan sekarang -0,38, gap -0,75 dan nilai perbaikan 0,37.

f. Dimensi Kontak

Pada dimensi ketersediaan terdapat 3 item pernyataan, yang mana item tersebut menggambarkan pelayanan yang dirasakan oleh konsumen saat ini. Item puas terdapat pada item D6.2 tentang

adanya kemudahan saat menghubungi aplikasi, dengan nilai posisi layanan sekarang 0,15 dan gap 0,31. Dan item tidak puas terbesar terdapat pada item D6.3 tentang adanya alternatif lain untuk memudahkan komunikasi, dengan nilai posisi layanan sekarang -0,42, gap -0,84 dan nilai perbaikan 0,42.

C. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai “Analisis Kualitas Layanan *E-Commerce* Lazada Menggunakan Metode *E-Servqual* dan *Zone Of Tolerance*” yang mana peneliti memperoleh data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden. Data diolah dengan aplikasi SPSS 27. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak komponen *e-servqual* yang menunjukkan ketidakpuasan atas pelayanan Lazada. Hal tersebut merujuk pada permasalahan utama, bahwa terjadi penurunan kunjungan Lazada pada kuartal I-III tahun 2023 dan sulitnya mendapat respon dari *customer service* Lazada. Berikut pembahasannya:

1. Tidak Puas

Berdasarkan data kualitas layanan Lazada saat ini terdapat 18 item pernyataan yang menciptakan rasa tidak puas kepada konsumen. Item tersebut terdiri dari 6 dimensi, yaitu:

a. Dimensi Efisiensi

Pada dimensi efisiensi semua indikator untuk saat ini menciptakan rasa tidak puas bagi para konsumennya. Ketidakpuasan tersebut

berupa: Aplikasi Lazada yang sulit diakses ($-0,29 < 0,57$), belum tersedianya fitur yang mudah pada aplikasi Lazada ($-0,45 < 0,89$), aplikasi Lazada yang kurang dimengerti ($-0,09 < 0,17$), aplikasi Lazada tidak menyediakan fitur yang memudahkan untuk pindah ke halaman selanjutnya dan sebelumnya ($-0,32 < 0,63$), Lazada tidak menyediakan fitur yang memudahkan dalam penggunaan aplikasi ($-0,29 < 0,57$), serta aplikasi Lazada belum menyediakan bahasa yang mudah dimengerti ($-0,23 < 0,46$).

b. Dimensi Ketersediaan

Pada dimensi ini terdapat 3 indikator yang menciptakan rasa tidak puas bagi para konsumennya. Ketidak puasan tersebut berupa: aplikasi tidak memperlihatkan jenis produk ($-0,27 < 0,54$), aplikasi Lazada tidak dapat menemukan informasi produk tertentu sesuai kebutuhan konsumen ($-0,32 < 0,63$), dan aplikasi Lazada belum memberikan langkah khusus sebelum bertransaksi dengan tujuan untuk memudahkan konsumennya ($-0,21 < 0,42$).

c. Dimensi Pemenuhan

Pada dimensi pemenuhan terdapat 3 indikator yang menciptakan rasa tidak puas bagi para konsumennya. Ketidak puasan tersebut berupa: jumlah pengiriman barang yang tidak sesuai ($-0,35 < 0,69$), Lazada tidak mampu mengirimkan barang sesuai pesanan ($0,34 < 0,67$), serta pihak Lazada tidak menjaga keamanan data pelanggan ($-0,36 < 0,72$).

d. Dimensi Privasi

Pada dimensi ini terdapat 3 indikator yang menciptakan rasa tidak puas bagi para konsumennya. Ketidak puasan tersebut berupa: Lazada tidak menggunakan data pelanggan tanpa adanya kesepakatan kedua pihak ($-0,34 < 0,67$), keamanan aplikasi tidak terjaga ($-0,34 < 0,67$), dan Lazada tidak mengirimkan respon jawaban yang memuaskan ($-0,32 < 0,63$).

e. Dimensi Kompensasi

Pada dimensi kompensasi terdapat indikator yang menciptakan rasa tidak puas bagi para konsumennya. Ketidak puasan tersebut berupa: tidak adanya *refund* jika pihak Lazada melakukan kesalahan ($-0,38 < 0,75$).

f. Dimensi Kontak

Pada dimensi ini terdapat 2 indikator yang menciptakan rasa tidak puas bagi para konsumennya. Ketidak puasan tersebut berupa: nama aplikasi Lazada tidak mudah diingat ($-0,14 < 0,28$), tidak adanya alternatif lain untuk memudahkan komunikasi ($-0,42 < 0,84$).

2. Puas

Berdasarkan data kualitas layanan Lazada saat ini terdapat 9 indikator yang menciptakan rasa puas kepada konsumen. Item tersebut terdiri dari 5 dimensi, yaitu:

a. Dimensi Ketersediaan

Pada dimensi ketersediaan terdapat 3 indikator yang menciptakan

rasa puas bagi para konsumennya. Kepuasan tersebut berupa: aplikasi Lazada yang dapat digunakan untuk melakukan proses penyimpanan data dengan akurat ($0,00 > -0,02$), aplikasi dapat melakukan perhitungan pesanan dengan otomatis ($0,03 > -0,09$), serta adanya informasi yang diberikan aplikasi tentang pembayaran sehingga memudahkan konsumen ($0,17 > -0,55$).

b. Dimensi Pemenuhan

Pada dimensi ini terdapat 2 indikator yang menciptakan rasa puas bagi para konsumennya. Kepuasan tersebut berupa: aplikasi mampu melakukan pengiriman sesuai dengan estimasi yang ditentukan ($0,05 > -0,17$), serta Lazada melakukan pengiriman barang sesuai gambar pada aplikasi ($0,1 > -0,32$).

c. Dimensi Privasi

Pada dimensi privasi terdapat indikator yang menciptakan rasa puas bagi para konsumennya. Kepuasan tersebut berupa: Pihak Lazada mampu merespon secara cepat dan tepat ($0,11 > -0,33$).

d. Dimensi Kompensasi

Pada dimensi ini terdapat 2 indikator yang menciptakan rasa puas bagi para konsumennya. Kepuasan tersebut berupa: Pihak Lazada memberikan kompensasi untuk barang cacat ($0,00 > -0,02$), serta adanya pemberian kompensasi jika stok habis ($0,12 > -0,36$).

e. Dimensi Kontak

Pada dimensi kontak terdapat indikator yang menciptakan rasa puas

bagi para konsumennya. Kepuasan tersebut berupa: adanya kemudahan saat menghubungi pihak aplikasi Lazada ($0,15 > -0,47$).