

# ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA E-COMMERCE LAZADA DI INDONESIA MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

Lasriama Agnes E Simamora\*<sup>1)</sup>, Magdalena A. Ineke Pakereng<sup>2)</sup>

1. Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia
2. Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia

## Article Info

**Kata Kunci:** Kepuasan Layanan; E-Commerce; Importance Performance Analysis (IPA)

**Keywords:** Service Satisfaction; E-Commerce; Importance Performance Analysis (IPA)

## Article history:

Received 23 February 2024  
Revised 8 March 2024  
Accepted 22 March 2024  
Available online 1 June 2024

## DOI :

<https://doi.org/10.29100/jipi.v9i2.4696>

\* Corresponding author.

Lasriama Agnes E Simamora

E-mail address:

[lasriagnes11@gmail.com](mailto:lasriagnes11@gmail.com)

## ABSTRAK

E-Commerce membawa peluang besar di dunia bisnis dengan menyediakan beberapa produk dan dijual secara online. Penggunaan E-Commerce sendiri tergolong mudah, efisien, dan biaya lebih murah membuat banyak pelanggan beralih dari belanja langsung toko ke E-Commerce sebagai alat proses transaksi belanja. Lazada adalah salah satu aplikasi E-Commerce yang sedang banyak dikunjungi oleh konsumen. Aplikasi ini adalah produk dari perusahaan E-Commerce Asia Tenggara yang didirikan oleh Rocket Internet dan Pierre Poignant pada 2012 lalu. Peneliti menggunakan metode Importance Performance Analysis yang mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi mengenai faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan, loyalitasnya, serta pelayanan yang perlu diperbaiki dan pada saat ini mungkin belum memuaskan pelanggan sepenuhnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan E-Commerce Lazada di Indonesia. Kepuasan terhadap layanan yang diberikan oleh E-Commerce Lazada ini sangat diperlukan agar perusahaan mendapatkan keuntungan tersendiri. Penelitian ini menggunakan dataset Kaggle dan didapatkan hasil tingkat kesesuaian antara tingkat kepuasan dan kepentingan diatas hasil terbesar yang didapatkan yaitu sebesar 99,17%, yang termasuk kedalam kategori sangat baik dan hampir sempurna, akan tetapi dari 99,17%, konsumen masih terdapat kesenjangan -0,02% konsumen yang merasa kinerja E-Commerce Lazada belum sesuai dengan keinginan atau harapan konsumen.

## ABSTRACT

E-Commerce brings big opportunities in the business world by providing several products and selling them online. The use of E-Commerce itself is relatively easy, efficient, and the cost is lower, making many customers switch from direct shop shopping to E-Commerce as a shopping transaction processing tool. Lazada is one of the E-Commerce applications that is being visited by many consumers. This application is a product of a Southeast Asian E-Commerce company founded by Rocket Internet and Pierre Poignant in 2012. Researchers use the Importance Performance Analysis method which has the main function of displaying information about service factors which according to consumers greatly affect their satisfaction, loyalty, and services that need to be improved and at this time may not fully satisfy customers. This research aims to analyze the level of consumer satisfaction with Lazada E-Commerce services in Indonesia. Satisfaction with the services provided by Lazada E-Commerce is very necessary so that the company gets its own benefits. This research used the Kaggle dataset and the results obtained were the level of agreement between the level of satisfaction and interest above the largest result obtained, namely 99.17%, which was included in the very good and almost perfect category, but from 99.17%, there were still gap -0.02% of consumers feel that Lazada's E-Commerce performance is not in line with consumer desires or expectations.

## I. PENDAHULUAN

**E**-COMMERCE adalah salah satu layanan bisnis yang dapat diakses untuk aktivitas penjualan dan pembelian secara online melalui internet. E-Commerce juga tergolong efisien sehingga dapat diakses melalui website ataupun aplikasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Oleh sebab itu, pengguna dapat dengan mudah belanja online tanpa harus pergi keluar rumah [1].

Salah satu E-Commerce yang banyak diminati pengunjung saat ini adalah Lazada. Lazada merupakan salah satu aplikasi E-Commerce yang sedang banyak dikunjungi oleh konsumen. aplikasi ini adalah produk dari perusahaan E-Commerce Asia Tenggara yang didirikan oleh Rocket Internet dan Pierre Poignant pada 2012 lalu. Lazada menyediakan beberapa produk mulai dari fashion, perlengkapan rumah, perlengkapan memasak, alat elektronik dan hampir seluruh kebutuhan pengguna tersedia. [2].

Kepuasan pengguna sangat dibutuhkan pada setiap proses transaksi yang dilakukan di E-Commerce ini. Oleh sebab itu, ekspektasi dan harapan yang ada di diri pengguna perlu diperhatikan. Ada banyak hal yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pada pengguna saat menerima barang atau produk yang datang. Maka dari itu pihak layanan aplikasi Lazada berperan penting dalam meningkatkan atau memberikan kenyamanan fitur terhadap 2 belah pihak yaitu penjual dan pembeli [3].

Penelitian ini bertujuan dan berfokus pada E-Commerce Lazada sebagai penyedia layanan belanja online. Dimana penelitian ini dibuat agar pengguna E-Commerce Lazada mengalami peningkatan yang signifikan dan kebutuhan para pengguna E-Commerce terpenuhi. Penelitian ini juga didasari keluhan ataupun kritikan dari pengguna yang sering terjadi seperti lamanya estimasi waktu pengiriman dan lamanya balasan pesan dari pihak penjual. Maka dari itu perlu dilakukan analisis sejauh mana pengguna merasa puas dengan layanan yang diberikan E-Commerce Lazada [4].

Beberapa penelitian sebelumnya telah menggunakan metode Importance Performance Analysis untuk mengetahui kualitas layanan E-Commerce Lazada. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Mulyono Eko Cahyono dengan judul penelitian “Analisis Perbandingan Kualitas Website Lazada.co.id dan Elevenia Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA)”. Berdasarkan hasil riset yang diperoleh, kinerja website Lazada.co.id dan Elevenia berada pada level yang baik. Lazada.co.id mendapatkan skor rata-rata 75% dan Elevenia mendapatkan skor rata-rata 71%. Mengenai tingkat kepentingan website Lazada.co.id dan Elevenia, Lazada.co.id dan Elevenia mencapai rata-rata 81%, artinya dari analisis kesenjangan (Gap) dapat disimpulkan ekspektasi kinerja pengguna kedua situs web ini, rata-rata usability, information quality dan service interaction dari website co.id dan elevenia adalah negatif, yang menunjukkan bahwa sebenarnya tingkat kualitas dari tiga dimensi kedua website tersebut mungkin tidak sesuai dengan kualitas ideal atau ekspektasi pengguna [5]

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Yunian Ardiansyah yang berjudul “Analisis Kualitas Website Lazada Menggunakan Metode Webqual dan Importance Performance Analysis (Studi Kasus Pengguna Lazada di Kab. Ngawi)”. Penelitian ini menunjukkan kualitas website Lazada berdasarkan penggunaannya menggunakan metode WebQual 4.0 dan mengetahui indikator yang mempengaruhi website Lazada menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Penelitian ini bersifat kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode user survey terhadap 105 responden yang berdomisili di Kabupaten Ngawi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan rating pengguna yaitu hasil kinerja harus ditingkatkan agar sesuai dengan tingkat kepentingan atau harapan pengguna, dan berdasarkan gap analysis menunjukkan bahwa kualitas aktual (efisiensi) tidak sesuai dengan kualitas ideal yang diharapkan (kepentingan). Prioritas perbaikan utama adalah indikator IQ2 untuk variabel kualitas informasi yaitu "informasi yang andal", dan indikator SI2 untuk variabel interaksi layanan "keamanan transaksi". Indikator ini diharapkan menjadi prioritas utama untuk situs tersebut. pengembangan atau pemeliharaan [6].

Kemudian penelitian selanjutnya dilakukan oleh Irzi Dzazuly dengan judul penelitian “Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Service Quality Dan Importance Performance Analysis (Ipa)-Quality Function Deployment (Qfd) (Studi Kasus Umkm Billtees Artwear)” dimana Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi peningkatan Service Quality, Importance Performance Analysis dan metode QFD (Quality Function Deployment). Mengintegrasikan metode ini membantu menemukan atribut layanan yang diprioritaskan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga atribut layanan yang perlu ditingkatkan melalui integrasi metode yang

digunakan. Atribut kebutuhan teknik menjadi prioritas utama dalam pengemasan produk dengan tambahan tenaga kerja (53,61), perbaikan dan pemeliharaan peralatan yang ada (53,1), peningkatan penerapan dan langkah-langkah SOP (40,4)[7].

Setelah itu penelitian selanjutnya dilakukan oleh Arista Pratama dkk Penelitian ini menggunakan sampel random berstratifikasi proporsional dengan jumlah responden sebanyak 340 orang yang merupakan mahasiswa aktif di Universitas Maarif Hasyim Latif. Berdasarkan hasil analisis diperoleh skor total gap analysis sebesar 0,13 yang menunjukkan bahwa hasil website Sistem Langitan telah memenuhi minat dan harapan pengguna. Namun, masih terdapat beberapa indikator yang belum sesuai dengan minat dan harapan pengguna. Hasil Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan terdapat 7 indikator pada triwulan pertama yang menjadi tujuan utama perbaikan, karena kualitas website belum memenuhi minat dan harapan pengguna [8].

Berdasarkan penelitian penelitian yang dilakukan peneliti peneliti terdahulu, maka akan dilakukan penelitian mengenai “Analisis Kepuasan Pengguna E-Commerce Lazada di Indonesia menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)” dimana respondennya melalui Dataset Kaggle Pengguna Lazada di Indonesia.

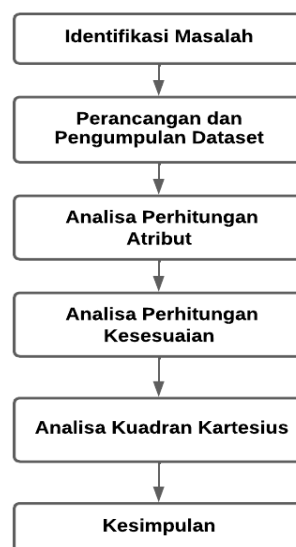
## II. METODE PENELITIAN

Metode ini diterapkan agar dapat mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan tingkat kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Importance Performance Analysis digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut tersebut [9]

Importance Performance Analysis mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi tentang faktor-faktor pelayanan yang menurut pelanggan sangat mempengaruhi kepuasan dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu diperbaiki karena pada saat ini belum memuaskan.

Gap Analysis merupakan suatu metode pengukuran untuk mengetahui kesenjangan (gap) antara kinerja suatu variabel dengan harapan konsumen terhadap variabel tersebut. Gap Analysis itu sendiri merupakan bagian dari metode IPA (Importance Performance Analysis).

*Tahap penelitian ini terbagi menjadi 4 (empat) bagian yaitu yang dapat dilihat pada Gambar 1.*



Gambar. 1. Tahap Penelitian

Tahap penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi masalah yang ada dan mengevaluasinya. Evaluasi dilakukan melalui review dataset untuk mendapatkan sampel permasalahan yang dihadapi konsumen. Survei menanyakan konsumen tentang kepuasan dan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan.

Setelah itu dilakukan perancangan dan pengumpulan dataset yang diperlukan. Penelitian ini menggunakan dataset dari website Kaggle mengenai review melalui rating 1-5 kepuasan pelanggan terhadap barang yang diterima pelanggan. Perhitungan kepuasan pelanggan ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis dimana skor kepuasan dan kinerja ditentukan dengan mean, median atau peringkat, dan diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu tinggi atau rendah, dan kedua kategori ini kemudian menentukan peringkat. Setiap atribut ditempatkan di salah satu dari empat kuadran kepentingan dan kinerja

Kemudian dilakukan tahap analisa perhitungan atribut yaitu dengan adanya penentuan setiap atribut apa yang akan digunakan sesuai kondisi pelanggan. Kemudian perhitungan itu nantinya berguna untuk mengetahui apakah pelanggan E-commerce Lazada merasa puas atau tidak dengan pelayanan yang diberikan.

Setelah itu pada tahap analisa perhitungan tingkat kesesuaian dimana akan dilakukan perhitungan tingkat kinerja, tingkat kepentingan, kesesuaian dan kesenjangan dari dataset yang telah digunakan yang berguna untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kinerja E-Commerce Lazada, dan seberapa pihak E-Commerce Lazada memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap barang yang mereka berikan. Kemudian di tahap akhir akan ditarik kesimpulan untuk hasil kepuasan pelayanan pihak E-Commerce Lazada terhadap pelanggan.

Gap Analysis merupakan suatu metode pengukuran untuk mengetahui kesenjangan (gap) antara kinerja suatu variabel dengan harapan konsumen terhadap variabel tersebut. Gap Analysis itu sendiri merupakan bagian dari metode IPA (Importance Performance Analysis).

Gap positif (+) diperoleh ketika skor observasi lebih besar dari skor ekspektasi, sedangkan ketika skor ekspektasi lebih besar dari skor observasi, gap negatif (-). Semakin tinggi nilai yang diharapkan dan semakin rendah nilai yang diamati, semakin besar perbedaannya. Jika total selisihnya positif, pelanggan dianggap sangat puas dengan pelayanan perusahaan. Namun, jika tidak demikian, selisihnya negatif dan pelanggan kurang/tidak puas dengan layanan tersebut. Semakin kecil gapnya, maka akan semakin baik. Pada umumnya perusahaan dengan service level yang baik memiliki gap yang lebih kecil [10][11].

Dalam Importance-Performance Analysis (Analisis Kepentingan - Kinerja) ada 2 perhitungan yaitu:

A. Mencari Harga Kesesuaian (dengan analisis IPA)

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan para pelanggan di E-Commerce Lazada sehingga dianalisis antara kepentingan penjual dan pelayanan riil yang diwakili oleh huruf Y dan X, dimana X merupakan tingkat kinerja yang memberikan kepuasan pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan penjualan E-Commerce. Adapun rumus yang digunakan adalah [12] [13]

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \tag{1}$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden.

Xi = Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan pelanggan

Sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan pelanggan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat diketahui dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K} \tag{2}$$

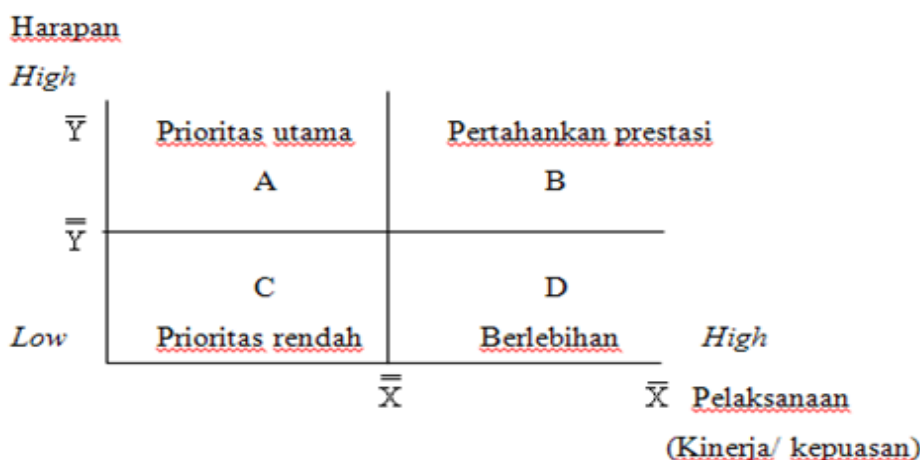
Kemudian pada diagram kartesius digunakan untuk mengetahui indikator jasa pelayanan yang memuaskan atau tidak memuaskan konsumen. Rumus yang digunakan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \tag{3}$$

dimana, K = Banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

### B. Diagram Kartesius

Diagram kartesius digunakan untuk memetakan atribut-atribut kualitas jasa pelayanan E-commerce yang telah dianalisis, dengan gambar sebagai berikut:



Gambar. 2. Diagram Kartesius

Dalam metode IPA, konsumen mengevaluasi penyampaian layanan yang diberikan oleh perusahaan dan menganalisisnya. Gambar grafik Cartesian digunakan untuk mewakili persepsi dan harapan, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2 [14] [15].

Keterangan:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)  
Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga mengecewakan/tidak puas.
2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)  
Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan. Untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
3. Kuadran C (Prioritas Rendah)  
Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
4. Kuadran D (Berlebihan)  
Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. (Supranto, “Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan,” *PT Rineka Cipta Jakarta*, 2006.)

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Analisa Perhitungan Atribut Importance Performance Analysis (IPA)

Jumlah review dataset dalam penelitian ini adalah 50 review dan syarat pelanggan yang mengisi kolom review adalah pelanggan yang pernah berbelanja di E-commerce Lazada. Berdasarkan penelitian terhadap dataset review pelanggan Lazada, peneliti mendapatkan 15 atribut yang sesuai dengan kondisi Lazada saat ini. Berikut atribut penelitian bisa dilihat pada Tabel 1.

TABEL I  
 ATRIBUT PENILAIAN TINGKAT KINERJA (PERFORMANCE) DAN KEPENTINGAN (IMPORTANCE)

No	ATRIBUT	VARIABEL
	Tangible	
1	E-Commerce Lazada memberikan pelayanan dan pengalaman belanja yang nyaman.	X1
2	Toko Online yang disediakan di E-Commerce Lazada cukup lengkap	X2
3	Barang yang disediakan di E-Commerce Lazada tersedia	X3
	Reliability	
4	Kesesuaian barang yang diterima pelanggan	X4



5	Estimasi pengiriman yang terpenuhi dan sesuai	X5
6	Jenis jenis metode pembayaran yang ditawarkan apakah memudahkan pelanggan saat akan melakukan transaksi Responsiveness	X6
7	Ketika konsumen mengalami kesulitan, pihak Lazada bersedia membantu dan menemukan solusi.	X7
8	Admin Lazada mampu menanggapi setiap pertanyaan dari pelanggan	X8
9	Admin Lazada bersedia melayani setiap kesulitan yang dialami pelanggan Assurance	X9
10	Admin Lazada bertanggung jawab, jujur dan merespon baik setiap pelanggan	X10
11	Keamanan barang saat pengiriman dan sampai di tujuan	X11
12	Keselamatan barang saat perjalanan (adanya asuransi kerusakan barang) Emphaty	X12
13	Promo-promo yang ditawarkan pihak E-Commerce Lazada menarik perhatian konsumen	X13
14	Pelayanan pihak admin Lazada apakah sudah baik	X14
15	Admin Lazada mengerti apa yang dibutuhkan oleh pelanggan	X15

**B. Analisa Perhitungan Tingkat Kinerja (Performance), Kepentingan (Importance) Kesesuaian, dan Kesenjangan (GAP)**

Perhitungan untuk tingkat kinerja, tingkat kepentingan, kesesuaian dan kesenjangan bisa dilihat pada Tabel 2.

TABEL II  
 TINGKAT KINERJA (PERFORMANCE), KEPENTINGAN (IMPORTANCE), KESesuaIAN, DAN KESENJANGAN (GAP)

No	Variabel	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%) GAP	
1	X1	4,20	4,22	99,526067	-0,02
2	X2	4,06	4,16	97,596153	-0,10
3	X3	4,08	4,14	98,550724	-0,06
4	X4	4,24	4,20	100	0,04
5	X5	4,06	4,02	100	0,04
6	X6	3,92	3,96	98,989899	-0,04
7	X7	4,00	4,04	99	-0,04
8	X8	4,06	4,12	98,543689	-0,06
9	X9	4,26	4,24	100	0,02
10	X10	4,14	4,18	99,043062	-0,04
11	X11	4,14	4,20	98,571428	-0,06
12	X12	4,30	4,26	100	0,04
13	X13	4,12	4,20	98,095238	-0,08
14	X14	4,08	4,10	99,512195	-0,02
15	X15	4,24	4,16	100	0,08
<b>Rata-rata</b>		<b>4,13</b>	<b>4,15</b>	<b>99,161897</b>	<b>-0,02</b>

Berdasarkan tabel perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja, tingkat kepentingan, dan kesenjangan diatas hasil terbesar yang didapatkan yaitu sebesar 100% pada atribut X4, X5, X9, X12, dan X15 yang termasuk kedalam kategori sangat baik dan sempurna, akan tetapi dari 100%, konsumen masih terdapat 0,02% konsumen yang merasa kinerja E-Commerce Lazada belum sesuai dengan keinginan atau harapan konsumen akan tetapi sudah mencapai hasil yang cukup baik. Tingkat kesesuaian terendah yaitu pada atribut X2 yang memiliki hasil presentase tingkat kesesuaian sebesar 97,60%.

Sample Perhitungan menggunakan rumus Mencari Harga Kesesuaian (dengan analisis IPA)

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = Tki = \frac{4,2}{4,22} \times 100\% = Tki = 99,526067 \quad (1)$$

Kemudian Sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan pelanggan. Perhitungan untuk mengetahui rata rata tingkat kepentingan, kinerja dan dari keseluruhan atribut dengan persamaan rumus berikut

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N Xi}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N Yi}{K}$$

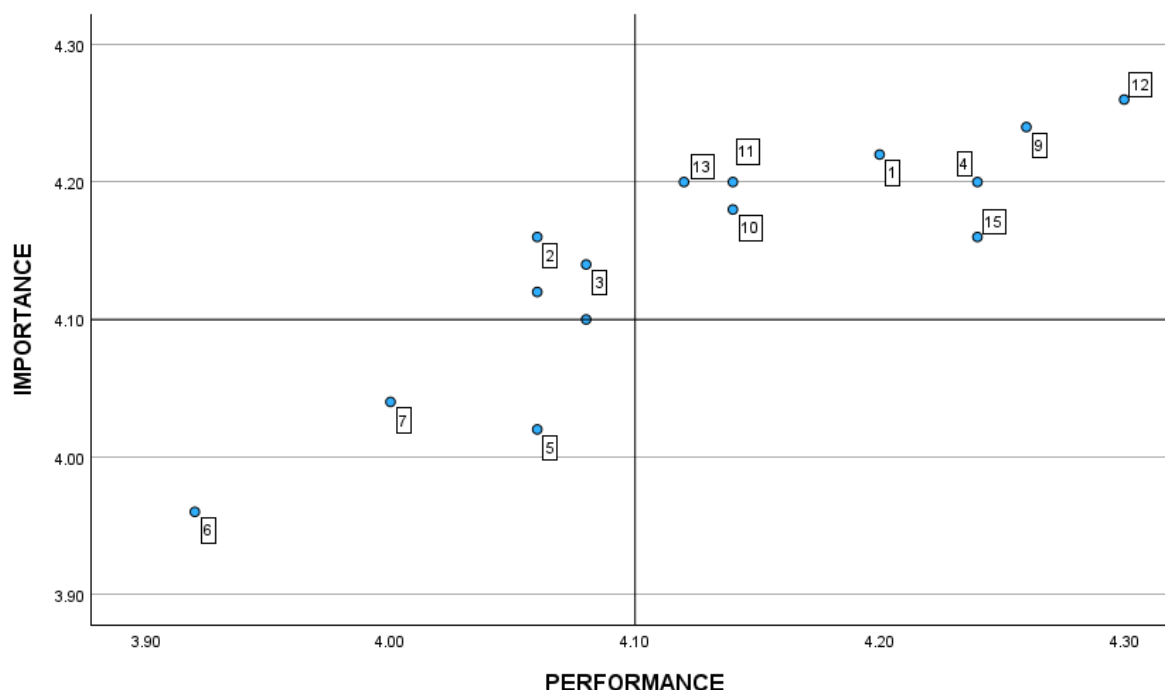
$$4,13 = \frac{\sum_{i=1}^N 4,2}{15} \quad 4,15 = \frac{\sum_{i=1}^N 4,22}{15} \quad (2)$$

Setelah itu pada diagram kartesius digunakan untuk mengetahui indikator jasa pelayanan E-Commerce Lazada yang memuaskan atau tidak memuaskan konsumen. Persamaan rumus yang digunakan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$4,13 = \frac{4,2}{15} \quad 4,15 = \frac{4,22}{15} \quad (3)$$

### C. Analisa Kuadran Kartesius



Gambar. 3. Diagram Perbandingan Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Berdasarkan hasil peta diagram kartesius Importance Performance Analysis diatas didapatkan hasil yaitu atribut X2 (Toko Online yang disediakan di E-Commerce Lazada cukup lengkap ) dan X3 (Barang yang disediakan di E-Commerce Lazada tersedia) dimana menjelaskan faktor atau atribut yang berada pada Kuadran A dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan (prioritas utama) dan didapatkan pada kuadran kartesius tersebut masih rendah dan perlu adanya peningkatan ,kemudian atribut X1 (E-Commerce Lazada memberikan pelayanan dan pengalaman belanja yang nyaman), X4 (Kesesuaian barang yang diterima pelanggan), X9 (Admin Lazada bersedia melayani setiap kesulitan yang dialami pelanggan), X10 (Admin Lazada bertanggung jawab, jujur dan merespon baik setiap pelanggan), X11 (Keamanan barang saat pengiriman dan sampai di tujuan ), X12 (Keselamatan barang saat perjalanan (adanya asuransi kerusakan barang), X13 (Promo-promo yang ditawarkan pihak E-Commerce Lazada), X15 (Admin Lazada mengerti apa yang dibutuhkan oleh pelanggan) dimana tingkat kepuasan pelanggan sudah berhasil dicapai dan wajib untuk dipertahankan yang berada pada Kuadran B, kemudian pada atribut X5 (Estimasi pengiriman yang terpenuhi dan sesuai), X6 (Jenis jenis metode pembayaran yang ditawarkan apakah), X7 (Ketika konsumen mengalami kesulitan, pihak Lazada bersedia membantu dan menemukan solusi) berada pada Kuadran C, dimana ada beberapa faktor atau hal yang kurang berpengaruh terhadap pelanggan. Pada Kuadran D tidak memiliki atribut. Hasil penelitian ini memiliki gap analysis (-) dimana rata rata nilai gap yaitu -0,02.

### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan, maka didapat kesimpulan bahwa rata-rata tingkat kesesuaian antara kondisi E-Commerce Lazada dengan harapan pelanggan (konsumen) diperoleh presentase yaitu 99,17%, dengan rata-rata tingkat kesenjangan (gap) sebesar -0,02%. Peneliti melakukan perhitungan atribut dimana atribut yang telah ditentukan adalah 15 atribut. Masing-masing atribut menyesuaikan kondisi pelanggan dan pihak E-Commerce Lazada. Selanjutnya peneliti melakukan analisa tingkat kesesuaian dimana dilakukan

perhitungan tingkat kinerja, kepentingan, kesesuaian, dan kesenjangan dan didapatkan hasil perhitungan atribut X4, X5, X9, X12, dan X15 yang termasuk kedalam kategori sangat baik dan sempurna. Walaupun selisih yang didapat kecil tetapi tetap berpengaruh terhadap harapan dan kepuasan pelanggan (konsumen) saat berbelanja. Peneliti melakukan analisis kuadran kartesius, dengan hasil berdasarkan ke 4 kuadran tersebut kuadran yang perlu untuk ditingkatkan adalah kuadran A (prioritas utama) dimana masih sedikit atribut yang bisa mencapainya sehingga tingkat kepuasan pelanggan yang didapat berada di titik rendah. Setelah didapatkan hasil dari penelitian tersebut, maka peneliti memahami dan menyadari bahwa masih perlu adanya upaya dari pihak E-Commerce Lazada untuk meningkatkan kualitas dari beberapa atribut yang ditentukan agar dapat ditawarkan kepada pelanggan.

## V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mirawati, I, "Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital," *Medium*, vol. 9, no. 1, hal 58-80, 2021.
- [2] Putri, A. S., & Zakaria, R, "Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar Di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital," In *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC*, vol. 1, hal 1-14, 2020.
- [3] Dzaki, A. L., & Zuliestiana, D. A, "Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Situs E-Commerce," *Jd. Id. eProceedings of Management*, vol 9, no. 2, 2022.
- [4] Yanto, R. T. Y., & Anjarsari, A. D, "Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce (Studi Kasus Pengguna Toko Online Shopee)," *Pro Mark*, vol 11, no. 1, hal 13-13, 2021.
- [5] Ardiansyah, Y., & Jumhur, H. M, "Analisis Kualitas Website Lazada Menggunakan Metode Webqual Dan Importance Performance Analysis (studi Kasus Pengguna Lazada Di Kab. Ngawi)," *eProceedings of Management*, vol 7, no. 2, 2020.
- [6] Cahyono, M. E., & Wijaksana, T. I, "Analisis Perbandingan Kualitas Website Lazada. co. id Dan Elevenia Menggunakan Metode Webqual 4.0 Dan Importance Performance Analysis (ipa)(studi Kasus Pada Pengguna Website Lazada. co. id Dan Elevenia Di Indonesia)," *eProceedings of Management*, vol 6, no. 3, 2019.
- [7] DZAZULY, I, "Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Service Quality Dan Importance Performance Analysis (Ipa)-Quality Function Deployment (Qfd)(Studi Kasus Umkm Billtees Artwear)," 2022.
- [8] Ihsan, A. A., Hidayati, U., & Mardinawati, M, "Analisis Kualitas Website Denga Metode Webqual 4.0 Dan Importance Performance Analysis," *KEUINIS*, vol 10 no. 2, hal 29-40, 2022.
- [9] Maulana, R., Syafrinal, I., Subagio, R. T., Adam, R., & Wijaya, A, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Pengunjung Menggunakan Metode Service Performance (Studi Kasus: Taman Air Gua Sunyaragi)," *Jurnal Digit: Digital of Information Technology*, vol 12 no. 1, hal 44-53, 2022.
- [10] Pranitasari, D., & Sidqi, A. N, "Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius," *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, vol 18 no. 02, hal 12-31, 2021.
- [11] Imansyah, M. R., Ismiyah, E., & Dhartikasari, E, "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Service Quality Dan Improvement Gap Analisis Pada Kouna Kafe," *Jurnal Serambi Engineering*, vol 8, no. 1, 2023.
- [12] Yulianti, E., & Umbara, T, "Analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dengan metode Importance Performance Analysis," *Jurnal Teknoif Teknik Informatika Institut Teknologi Padang*, vol 8, no. 2, hal 78-86, 2020.
- [13] Hasna, W. B. D., & Nuryana, I. K. D, "Analisis Kualitas Layanan Website Sociolla terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode WebQual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA)," *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, vol 2, no. 4, hal 27-32, 2021.
- [14] Sampurno, H. R., & Sharif, O. O, "Penerapan Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Kualitas Pelayanan Gojek (Studi Pelanggan Di Kota Bandung)," *Jurnal Mitra Manajemen*, vol 4, no. 6, hal 856-870, 2020.
- [15] Wilujeng, F. R., Rembulan, G. D., Andreas, D., & Tannady, "Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Dua Bisnis E-Commerce Terbesar di Indonesia dengan Menggunakan Analisis Servqual dan IPA," *Prosiding Semnastek*, 2019.