

ANALISIS PENGARUH LAYANAN *KEY ACCOUNT MANAGEMENT* TERHADAP KEPUASAN PENJUAL *MASS LONG TAIL* PADA PLATFORM LAZADA

SYAHARANI ALICIA AZZAHRA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University

Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Analisis Pengaruh Layanan *Key Account Management* Terhadap Kepuasan Penjual *Mass Long Tail* pada Platform Lazada” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Syaharani Alicia Azzahra
K1401211070



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

ABSTRAK

SYAHARANI ALICIA AZZAHRA¹. Analisis Pengaruh Layanan *Key Account Management* Terhadap Kepuasan Penjual *Mass Long Tail* Pada Platform Lazada. Dibimbing oleh ARIF IMAM SUROSO² dan KHAIRIYAH KAMILAH³.

Pertumbuhan e-commerce mendorong Lazada menyediakan layanan *Key Account Management* (KAM) bagi penjual *mass long tail* yang didominasi UMKM. Penelitian ini menganalisis pengaruh konfigurasi KAM terhadap kepuasan penjual, serta mengidentifikasi karakteristik dan persepsi mereka terhadap layanan. Dengan metode kuantitatif SEM-PLS pada 155 penjual, hasil deskriptif menunjukkan mayoritas adalah usaha mikro dengan pengalaman 3–5 tahun, etalase 50–200 produk, dan pendapatan di bawah Rp30 juta. Tingkat kepuasan mereka tinggi, terutama minat untuk terus berjualan. Persepsi terhadap layanan KAM juga dinilai tinggi, dengan kapabilitas KAM sebagai aspek paling menonjol. Analisis SEM-PLS membuktikan lima dari enam elemen KAM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, namun elemen *Activities* tidak signifikan dan memerlukan evaluasi. Konfigurasi KAM secara keseluruhan terbukti memengaruhi kepuasan penjual, yang mengindikasikan pentingnya penerapan layanan secara holistik.

Kata kunci: *e-commerce*, kepuasan pelanggan, *Key Account Management* (KAM), Lazada, *mass long tail*

ABSTRACT

SYAHARANI ALICIA AZZAHRA¹. *Analysis of the Effect of Key Account Management Services on Mass Long Tail Seller Satisfaction on the Lazada Platform*. Supervised by ARIF IMAM SUROSO² and KHAIRIYAH KAMILAH³.

The growth of e-commerce in Indonesia has prompted Lazada to provide Key Account Management (KAM) services for mass long tail sellers, who are predominantly SMEs. This study aims to analyze the influence of KAM configurations on seller satisfaction, as well as to identify their characteristics, satisfaction levels, and perceptions of the service. Using a quantitative method with SEM-PLS, it is based on survey data from 155 sellers. Descriptive results show most sellers are micro-enterprises with three to five years of experience on Lazada, offering 50–200 products, and monthly revenue below Rp30 million. Their satisfaction is high, especially regarding continued interest in selling on Lazada. All KAM service elements are highly rated from sellers' perspective, with KAM capabilities as the most prominent. SEM-PLS results show five of six KAM elements significantly influence satisfaction, while Activities do not, indicating the need for evaluation. The tested KAM configuration influences the satisfaction of mass long tail sellers in selling on Lazada, showing that KAM services must be implemented holistically and complement each other.

Keywords: *customer satisfaction, e-commerce, Key Account Management (KAM), Lazada, mass long tail*

¹ Mahasiswa Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor ² Ketua Komisi Pembimbing ³ Anggota Komisi Pembimbing



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025 Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ANALISIS PENGARUH LAYANAN *KEY ACCOUNT MANAGEMENT* TERHADAP KEPUASAN PENJUAL *MASS LONG TAIL* PADA PLATFORM LAZADA

SYAHARANI ALICIA AZZAHRA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Penguji pada ujian Laporan Akhir:
1. Dr. Zenal Asikin, S.E., M.Si.
 2. Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Layanan *Key Account Management* Terhadap
Kepuasan Penjual *Mass Long Tail* Pada Platform Lazada

Nama : Syaharani Alicia Azzahra
NIM : K1401211070

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Arif Imam Suroso, MSc



Pembimbing 2:
Khairiyah Kamilah, S.E., M.Si



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, BSc, MSc
NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:
16 Juli 2025

Tanggal Lulus:



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian ini mengambil tema manajemen hubungan pelanggan dalam industri perdagangan elektronik, dengan judul “Pengaruh Layanan *Key Account Management* terhadap Kepuasan Pelanggan Penjual *Mass Long Tail* pada Platform Lazada”. Penelitian ini dilaksanakan sejak Desember 2024 hingga Juni 2025.

Penyelesaian karya ilmiah ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Arif Imam Suroso, MSc. dan Ibu Khairiyah Kamilah, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, masukan, serta motivasi selama proses penelitian hingga penyusunan karya ilmiah ini.
2. Dosen seminar hasil dan dosen penguji yang telah membantu penyempurnaan skripsi dengan kritik dan saran yang diberikan.
3. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Sekolah Bisnis IPB yang telah berupaya mendidik dan membantu penulis selama proses perkuliahan.
4. Kedua orang tua penulis Bapak Wawan dan Elis Kustini yang telah memberi bantuan dan dukungan secara moril dan materiil, serta berbagai dukungan tak terbatas lainnya bagi penulis.
5. Pihak Lazada Indonesia yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk magang *capstone project* dalam program MSIB.
6. Kak Meishelle Andriyani Young sebagai mentor dalam program magang MSIB yang membimbing penulis dan memberikan dukungan.
7. Kak Debbie, Kak Raissa, Kokoh Karel, Cici Jessica, Kak Sofi, Kak Revina, Ka Dion, dan Jovan sebagai rekan tim yang kebersamai dan mendukung penulis.
8. Seluruh penjual *mass long tail* yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Rekan-rekan seperjuangan di Sekolah Bisnis angkatan 58 serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas kebersamaan dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi masukan yang berguna bagi para pemangku kepentingan.

Bogor, Juli 2025

Syahrani Alicia Azzahra



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 <i>E-Commerce</i>	6
2.2 <i>Key Account Management</i>	7
2.3 <i>Customer Satisfaction</i>	10
2.4 Studi Empiris Terkait	11
2.5 Kerangka Pemikiran	12
2.6 Hipotesis Penelitian	13
III METODE PENELITIAN	16
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	16
3.2 Jenis dan Sumber Data	16
3.3 Teknik Penentuan Responden	16
3.4 Definisi Operasional Variabel	16
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	23
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	24
4.4 Hasil Analisis SEM-PLS	28
4.5 Implikasi Manajerial	42
V SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Simpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	52
RIWAYAT HIDUP	57

DAFTAR TABEL

1 Penelitian terdahulu	11
2 Definisi Operasional Variabel	17
3 Skor Skala Likert	19
4 Nilai Rentang Skala	20
5 Hasil Uji Validitas	20
6 Hasil Uji Reliabilitas	21
7 Karakteristik <i>nanaged seller mass long tail</i>	24
8 Kriteria tanggapan responden terhadap variabel Konfigurasi KAM	26
9 Kriteria tanggapan responden terhadap variabel <i>Customer Satisfaction</i>	28

10	Nilai <i>outer loading</i> dan AVE	30
11	Nilai <i>cross loading</i> tiap indikator	30
12	Hasil uji Fornell-Larcker	31
13	Hasil pengujian <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	31
14	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	32
15	Nilai <i>R-square</i>	33
16	Nilai <i>path coefficient</i>	34
17	Formulasi implikasi manajerial	43

DAFTAR GAMBAR

2	Kerangka pemikiran	13
3	Hipotesis penelitian	14
4	Logo Lazada	23
5	Hasil pengukuran <i>outer model</i>	29
6	Hasil uji <i>bootstrapping</i>	33

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lembar kuesioner	52
2	Hasil uji validitas dan reliabilitas dengan SPSS versi 29.0.1.1	56