

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN SHOPEE  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA**

**SKRIPSI**



**TIA IRNADIANIS IFADA**

**NIM. 20572011012**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**  
**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI**  
**UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Kualitas Layanan Shopee Terhadap Kepuasan  
Konsumen Pada Mahasiswa

Penyusun : Tia Irnadianis Ifada

NIM : 20572011012

Telah di periksa dan disetujui untuk diuji pada tanggal 2 Mei 2024,

Disetujui Oleh;

Pembimbing I,



Novia Ratnasari., S.Pd., M.Pd

NIDN. 0701069301

Pembimbing II,



Zurriat Nyndia Rahmawati., S.Pd., M.Pd

NIDN. 0728059101



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Kualitas Layanan Shopee Terhadap Kepuasan  
Konsumen Pada Mahasiswa

Penyusun : Tia Irnadianis Ifada

NIM : 20572011012

Skrripsi oleh Tia Irnadianis Ifada telah dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal 2 Mei 2024 Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Novia Ratnasari., S.Pd., M.Pd  
NIDN. 0701069301

Pembimbing II,

Zurriat Nyndia Rahmawati., S.Pd., M.Pd  
NIDN. 0728059101

Penguji I,

Farid Wahyudi., S.Kom., M.M  
NIDN. 0705078807

Penguji II,

Anisa Hudi Widaningrum., S.Kom., M.Kom  
NIDN. 0726129603

Mengesahkan,



Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

Dr. Zainal Abidin., S.Si., M.Si  
NIDN. 0704018804

Mengetahui,

Novia Ratnasari., S.Pd., M.Pd  
NIDN. 0701069301

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tia Irnadianis Ifada

NIM : 20572011012

Program Studi : Sistem Informasi

Fakultas : Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Raden

Rahmat Malang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya tersebut dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 15 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Tia Irnadianis Ifada

NIM.20572011012

## ANALISIS KUALITAS LAYANAN SHOPEE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA

Tia Irnadianis Ifada<sup>1)</sup>, Novia Ratnasari<sup>2)</sup>, Zurriat Nyndia Rahmawati<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Mahasiswa Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi,  
Universitas Islam Raden Rahmat Malang

<sup>2)</sup>Dosen Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi,  
Universitas Islam Raden Rahmat Malang

\*Email : [irnatiya360@gmail.com](mailto:irnatiya360@gmail.com)

### ABSTRAK

*E-commerce* Shopee merupakan aplikasi belanja online yang dapat digunakan dimanapun untuk berbelanja berbagai barang yang dibutuhkan. Di Indonesia Shopee menjadi platform e-commerce yang banyak diminati. Hal ini terbukti pada banyaknya konsumen yang mengunjungi aplikasi Shopee. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan Shopee terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa fakultas sains dan teknologi. Metode analisis pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode pendekatan *E-Servqual*. Objek dari penelitian ini adalah aplikasi Shopee dan subjek penelitian ini adalah Mahasiswa aktif fakultas sains dan teknologi dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji validitas yang digunakan adalah metode *product moment*. Sedangkan untuk uji reliabilitas menggunakan rumus alpha. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier sederhana dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotesis menggunakan teknik korelasi *product moment* menggunakan bantuan *software* SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua data pada hasil kuesioner yang di uji sudah bersifat valid dan reliabel. Kemudian pada variabel kualitas layanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yang mendapatkan nilai koefisien regresi sebesar 0,123. Dari indikator pada variabel kualitas layanan menggunakan *E-Servqual*, indikator yang dominan adalah keandalan (*reability*) dan kontak (*contact*), sedangkan untuk kepuasan konsumen indikator yang dominan adalah kesediaan merekomendasikan.

**Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Aplikasi Shopee, E-Servqual.**

## **ANALYSIS OF SHOPEE SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN STUDENTS**

*E-commerce platform that is in great demand. This is evident in the number of consumers who visit the Shopee application. The purpose of this study was to determine the effect of Shopee service quality on consumer satisfaction in science and technology faculty students. The analytical method in this study is quantitative using the E-Servqual approach method. The object of this research is the Shopee application and the subject of this research is an active student of the faculty of science and technology with a sample of 50 respondents. Data collection techniques using questionnaires. The validity test used is the product moment method. As for the reliability test using the alpha formula. The data analysis techniques used are descriptive statistical analysis, simple linear regression analysis, and classical assumption tests. Hypothesis testing using product moment correlation technique using the help of SPSS software version 25. The results showed that all data on the results of the questionnaire tested were valid and reliable. Then the service quality variable has a significant influence on consumer satisfaction which gets a regression coefficient value of 0.123. From the indicators on the service quality variable using E-Servqual, the dominant indicators are reliability (reliability) and contact (contact), while for consumer satisfaction the dominant indicator is a willingness to recommend.*

**Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction, Shopee App, E-Servqual.**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang mengantarkan kita semua dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana (S1) khususnya Fakultas Sains dan Teknologi Unira Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, atas nama pribadi penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan penelitian ini.
2. Kedua Orang tua saya yaitu Bapak Budiono dan Ibu Miftahul Ulum, serta seluruh keluarga besar saya yang selalu memberikan saya semangat, motivasi dan doa.
3. Bapak Dr. H.Imron Rosyadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
4. Bapak Dr. Zainal Abidin, S.Si., M.Si selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
5. Ibu Novia Ratnasari, S.Pd., M.Pd selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Islam Raden Rahmat Malang sekaligus Pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Zurriat Nyndia Rahmawati, S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman angkatan 2020 Program Studi Sistem Informasi yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian ini.

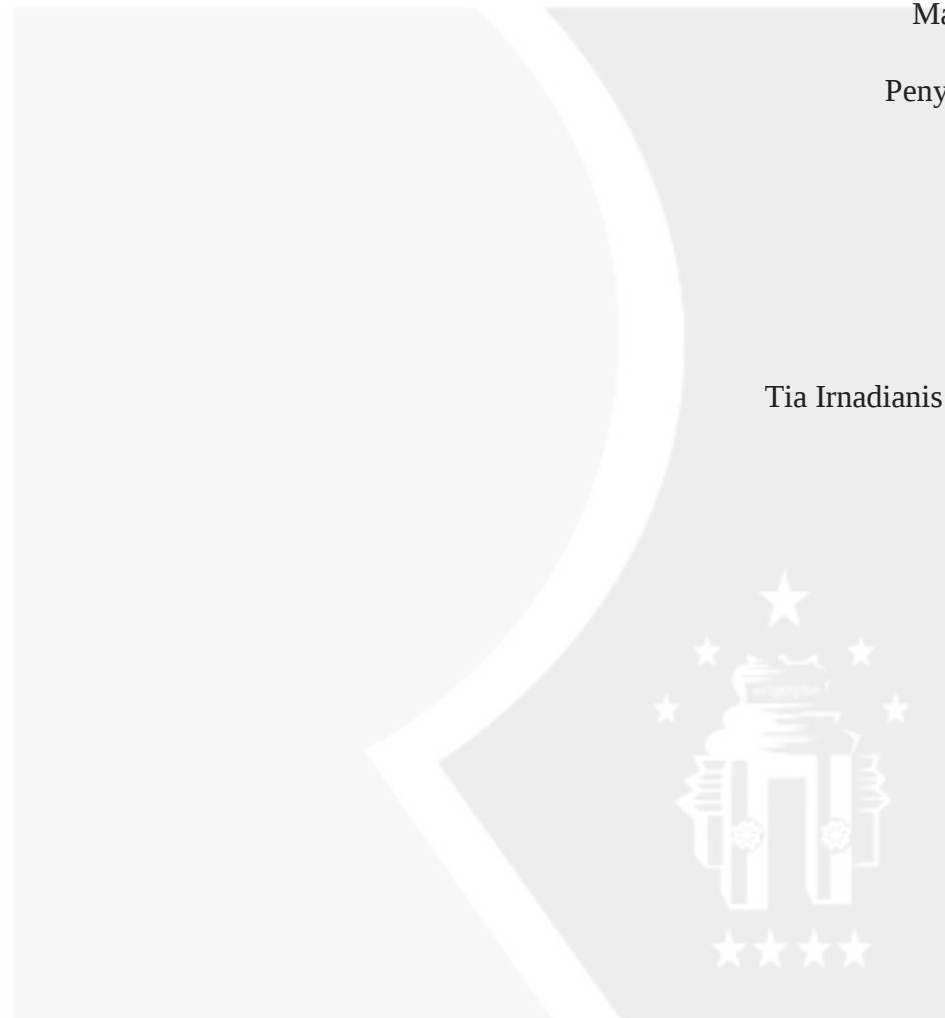
Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh

karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Sistem Informasi.

Malang,

Penyusun,

Tia Irnadianis Ifada



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## DAFTAR ISI

|                                           |                                     |
|-------------------------------------------|-------------------------------------|
| HALAMAN JUDUL .....                       | i                                   |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....           | iii                                 |
| PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....         | iv                                  |
| ABSTRAK.....                              | v                                   |
| KATA PENGANTAR .....                      | vii                                 |
| DAFTAR ISI.....                           | ix                                  |
| DAFTAR TABEL.....                         | xii                                 |
| DAFTAR GAMBAR.....                        | xiii                                |
| DAFTAR GRAFIK.....                        | xiv                                 |
| BAB I PENDAHULUAN.....                    | 1                                   |
| 1.1 Latar Belakang .....                  | 1                                   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                 | 6                                   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....               | 6                                   |
| 1.4 Batasan Masalah .....                 | 6                                   |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....              | 7                                   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....             | 8                                   |
| 2.1 Landasan Teori.....                   | 8                                   |
| 2.1.1 Analisis.....                       | 8                                   |
| 2.1.2 Kualitas Layanan.....               | 8                                   |
| 2.1.3 Shopee .....                        | 9                                   |
| 2.1.4 Kepuasan Konsumen.....              | 14                                  |
| 2.1.5 <i>E-Servqual</i> .....             | 14                                  |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....            | 16                                  |
| 2.3 Kerangka Konseptual .....             | 18                                  |
| 2.4 Hipotesis.....                        | 19                                  |
| BAB III METODE PENELITIAN .....           | 20                                  |
| 3.1 Rancangan Penelitian.....             | 20                                  |
| 3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....         | 20                                  |
| 3.3 Variabel Penelitian.....              | 21                                  |
| 3.3.1 Identifikasi Variabel .....         | 21                                  |
| 3.3.2 Definisi Konseptual.....            | 21                                  |
| 3.3.3 Definisi Operasional Variabel ..... | 23                                  |

|                                   |                                                                         |                                     |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 3.4                               | Jenis dan Sumber Data .....                                             | 23                                  |
| 3.5                               | Instrumen Penelitian.....                                               | 24                                  |
| 3.5.1                             | Uji Validitas .....                                                     | 27                                  |
| 3.5.2                             | Uji Reliabilitas .....                                                  | 28                                  |
| 3.6                               | Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....                            | 28                                  |
| 3.6.1                             | Populasi .....                                                          | 28                                  |
| 3.6.2                             | Teknik Pengambilan Sampel .....                                         | 28                                  |
| 3.7                               | Teknik Pengumpulan Data .....                                           | 30                                  |
| 3.8                               | Teknik Analisis Data .....                                              | 30                                  |
| 3.8.1                             | Analisis Statistik Deskriptif.....                                      | 30                                  |
| 3.8.2                             | Analisis Regresi Linier Sederhana .....                                 | 31                                  |
| 3.8.3                             | Uji Asumsi Klasik .....                                                 | 31                                  |
| 3.8.4                             | Uji Hipotesis.....                                                      | 33                                  |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... |                                                                         | 34                                  |
| 4.1                               | Hasil .....                                                             | 34                                  |
| 4.1.1                             | Analisis Deskriptif Responden .....                                     | 34                                  |
| 4.1.2                             | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                  | 34                                  |
| 4.1.3                             | Karakteristik Responden berdasarkan Program Studi .....                 | 34                                  |
| 4.1.4                             | Karakteristik berdasarkan Semester .....                                | 35                                  |
| 4.1.5                             | Uji Kualitas Instrumen .....                                            | 36                                  |
| 4.1.5.1                           | Uji Validitas .....                                                     | 36                                  |
| 4.1.5.2                           | Uji Reliabilitas .....                                                  | 39                                  |
| 4.1.6                             | Analisis Data .....                                                     | 39                                  |
| 4.1.6.1                           | Analisis Statistik Deskriptif dan Frekuensi.....                        | 39                                  |
| 4.1.7                             | Uji Analisis Deskriptif dan Frekuensi .....                             | 40                                  |
| 4.1.7.1                           | Hasil Uji Analisis Deskriptif.....                                      | 40                                  |
| 4.1.7.2                           | Hasil Uji Analisis Frekuensi pada Variabel Kualitas Layanan (X) .....   | 43                                  |
| 4.1.7.3                           | Hasil Uji Analisis Frekuensi pada Variabel Kepuasan Konsumen (Y). ..... | 58                                  |
| 4.1.8                             | Analisis Regresi Linier Sederhana .....                                 | 60                                  |
| 4.1.9                             | Uji Asumsi Klasik .....                                                 | 62                                  |
| 4.1.10                            | Uji Hipotesis.....                                                      | 65                                  |
| 4.2                               | Pembahasan.....                                                         | 65                                  |
| 4.2.1                             | Deskripsi Variabel Hasil.....                                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.2.2                             | Pengaruh Variabel Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....     | 67                                  |
| BAB V PENUTUP .....               |                                                                         | 69                                  |
| 5.1                               | Kesimpulan .....                                                        | 69                                  |

|                     |    |
|---------------------|----|
| 5.2 Saran.....      | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 71 |
| LAMPIRAN.....       | 77 |



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## DAFTAR TABEL

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....                                  | 14 |
| Tabel 3.1 Lima Skala Likert.....                                            | 24 |
| Tabel 3.2 Indikator dan Butir Pertanyaan .....                              | 24 |
| Tabel 3.3 Penentuan Sampel .....                                            | 29 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....           | 34 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....            | 35 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....                | 35 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....                                          | 38 |
| Tabel 4.5 Hasil uji Reliabilitas.....                                       | 39 |
| Tabel 4.6 Statistik Deskriptif .....                                        | 40 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....                                | 42 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Frekuensi Variabel Kualitas Layanan (XI) ..... | 43 |
| Tabel 4.9 Hasil uji Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (YI) .....         | 58 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana .....                | 61 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....        | 63 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas.....                                        | 64 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                              | 65 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji t.....                                                 | 65 |

UNIVERSITAS ISLAM  
RADEN RAHMAT

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Diagram Kunjungan <i>E-Commerce</i> .....              | 2  |
| Gambar 1.2 Diagram Kunjungan <i>E-Commerce</i> , Jawa Timur ..... | 3  |
| Gambar 1.3 Keluhan Pada Aplikasi Shopee .....                     | 4  |
| Gambar 2.1 Logo <i>E-Commerce</i> Shopee .....                    | 9  |
| Gambar 2.2 Tampilan Beranda Shopee .....                          | 10 |
| Gambar 2.3 Tampilan Menu ShopeePay .....                          | 11 |
| Gambar 2.4 Tampilan Menu Shopee <i>Live</i> .....                 | 11 |
| Gambar 2.5 Tampilan Shopee Video .....                            | 12 |
| Gambar 2.6 Tampilan Menu Notifikasi Shopee .....                  | 12 |
| Gambar 2.7 Tampilan Menu Saya .....                               | 13 |
| Gambar 2.8 Kerangka Konseptual Penelitian .....                   | 18 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Probability Plot .....            | 63 |

UNIVERSITAS ISLAM  
RADEN RAHMAT

## DAFTAR GRAFIK

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Grafik 4.1 Hasil Variabel Kualitas Layanan .....  | 66 |
| Grafik 4.2 Hasil Variabel Kepuasan Konsumen ..... | 67 |



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

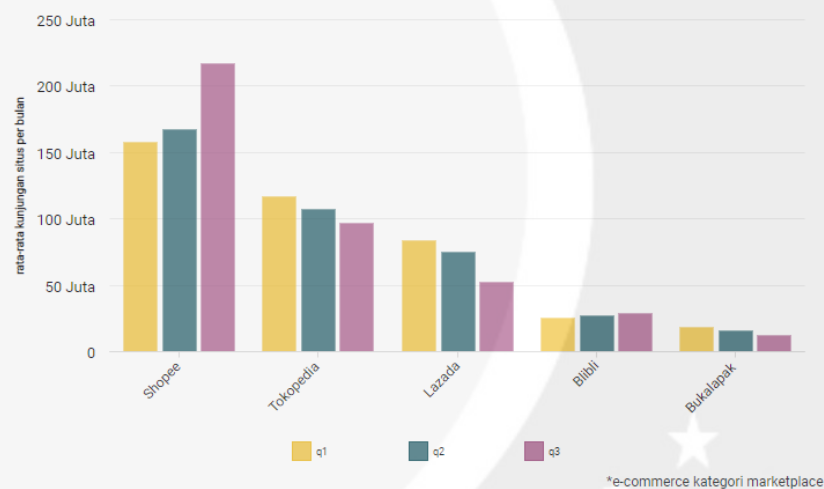
Perkembangan teknologi informasi saat ini telah berkembang pesat diberbagai bidang. Perkembangan teknologi tidak jauh dari dukungan dan pemanfaatan internet. Internet merupakan suatu inovasi yang memudahkan dalam melakukan berbagai hal berbeda (Aziz, 2013). Pesatnya perkembangan teknologi informasi ini karena kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Dengan adanya teknologi yang beragam, memudahkan masyarakat dalam aktifitasnya. Tidak hanya pada industri besar saja yang membutuhkan teknologi informasi, banyak masyarakat yang membutuhkan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari (Juditha, 2020). Seperti dalam mencari pekerjaan, berita terkini, berkomunikasi, dan juga dapat mencari informasi apapun dari berbagai dunia bahkan sekarang bisa digunakan untuk berbelanja *online*.

Setelah melewati masa pandemi COVID-19, terdapat perubahan pola belanja masyarakat dari *offline* menjadi *online* melalui *marketplace* (Pratama Afrianto & Irwansyah, 2021). *Marketplace* merupakan model bisnis yang memudahkan penjual dalam berjualan melalui media *online*. Konsep dasarnya sama dengan pasar tradisional, dimana berbagai perusahaan menjual produknya di lokasi yang sama (Zinah et al., 2023). Dibandingkan dengan pasar tradisional masyarakat lebih memilih untuk berbelanja secara *online* dibanding dengan berbelanja secara langsung ke toko atau mall yang memakan waktu berjam-jam untuk memilih. Dengan adanya *marketplace* atau *e-commerce*, masyarakat dapat berbelanja secara *online*, pembayaran secara *online* dan pengantaran melalui jasa *online* (Destiya, 2017).

Karimah *et al* (2022) menyebutkan bahwa, *e-commerce* merupakan aktivitas jual beli yang menghubungkan penjual dan pembeli melalui internet. Pendapat lain juga mengatakan Menurut Jony Wong (dalam Aco & Endang, 2018). *E-commerce* adalah pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Misalnya radio, televisi, jaringan komputer dan

internet. Siregar et al., (2022) Menyebutkan bahwa *e-commerce* dapat diakses luas oleh kalangan masyarakat, seperti ibu rumah tangga, pekerja, hingga mahasiswa. Di Indonesia sendiri banyak sekali *platform e-commerce* seperti Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan berbagai macam lainnya.

Menurut data dari databooks, saat ini 5 situs *e-commerce* kategori *marketplace* dengan pengunjung terbanyak di Indonesia kuartal III 2023 adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli dan Bukalapak. Berikut ini merupakan diagram kunjungan *e-commerce* terbanyak di Indonesia.



**Gambar 1.1 Diagram Kunjungan E-Commerce**

**Sumber: Databooks, 2023.**

Di Indonesia, Shopee menjadi *platform e-commerce* yang banyak diminati. Hal ini terbukti pada banyaknya konsumen yang mengunjungi pada kuartal III 2023 sebanyak 216 juta pengunjung. Selain itu, Shopee menawarkan berbagai harga yang relatif murah dan dalam mengakses *platform* tersebut sangat mudah. Menurut Google Trends (2023) *platform* Shopee menduduki peringkat pertama di Jawa Timur, khususnya Kabupaten Malang dengan minat daya beli yang tinggi oleh masyarakat.



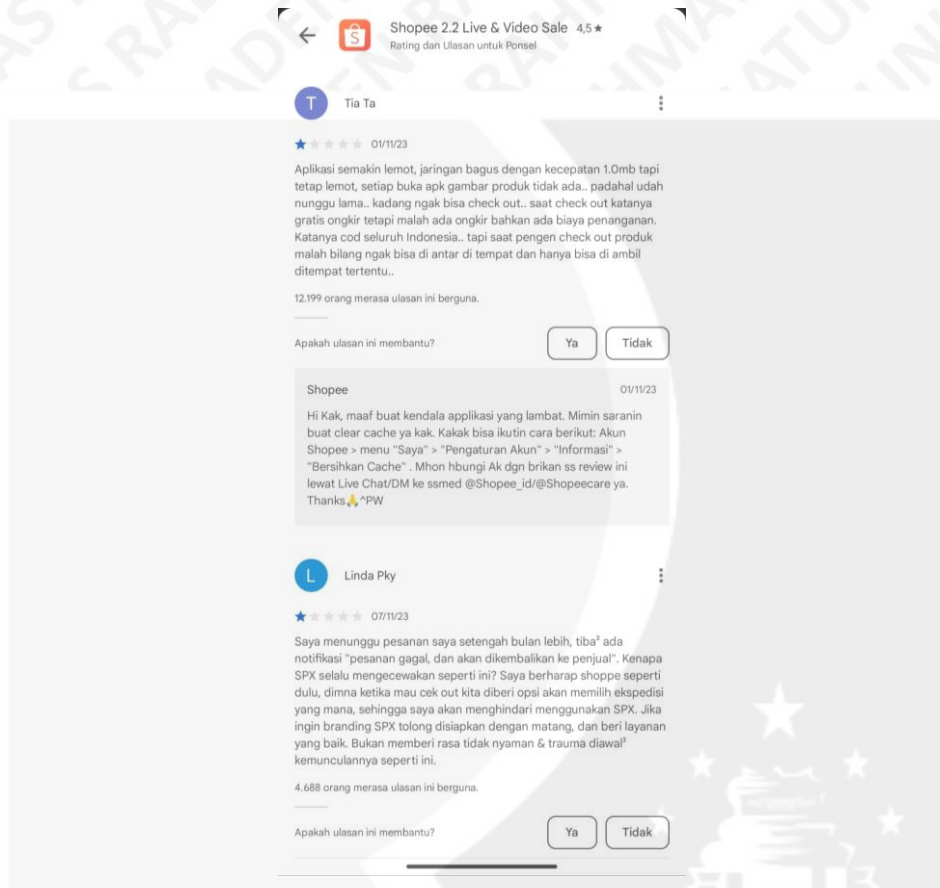
**Gambar 1.2 Diagram Kunjungan E-Commerce, Jawa Timur**

**Sumber: Google Trends, 2023.**

Universitas Islam Raden Rahmat Malang merupakan salah satu Universitas di Kepanjen Kabupaten Malang dengan pengenalan pengaplikasian teknologi baru seperti *e-commerce* baik sebagai observasi pembelajaran, maupun dimanfaatkan pada kegiatan sehari-hari seperti berbelanja, akses transportasi atau makanan (Husnia Annafile & Zuhroh, 2022). Para mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi berpendapat bahwa, berbelanja secara *online* cukup efisien dan mudah karna sangat memahami di era digital saat ini. dengan hanya meng-instal aplikasi *e-commerce* tersebut, kemudian masuk ke aplikasi dan mendaftar (Eva, 2022). Dengan begitu para mahasiswa sudah dapat mencari barang yang mereka butuhkan. Pilihan pembayarannya pun beragam bisa menggunakan *e-wallet*, alfamart atau indomaret, menggunakan kartu debit, bahkan dapat menggunakan pembayaran dengan metode *cash on delivery* (COD) atau biasa disebut bayar ditempat. Kualitas layanan yang dihadirkan Shopee membuat para konsumen merasa puas dan tetap memilih Shopee dibandingkan dengan *e-commerce* lain.

Kepuasan konsumen bisa kita lihat dari kualitas layanan yang didapatkan seperti kualitas foto barang, deskripsi yang jelas pada barang, merk pada barang dan kualitas layanan lainnya yang membuat konsumen merasa senang dan puas. Oleh karena itu, kepuasan konsumen merupakan hal yang utama dalam *platform e-commerce* (Merahabia & Papilaya, 2022). Kepuasan konsumen menjadi penting karena membantu mengevaluasi apakah aplikasi atau layanan yang diberikan berfungsi dengan baik, karena kepuasan konsumen menjadi penting sebagai evaluasi untuk meningkatkan layanan

aplikasi Shopee. Namun, kenyataannya masih terdapat kendala pada layanan yang tersedia pada aplikasi Shopee. hal tersebut dapat diketahui dari keluhan yang diberikan langsung oleh konsumen aplikasi Shopee di Google PlayStore ataupun Apps Store.



**Gambar 1.3 Keluhan Pada Aplikasi Shopee**

**Sumber: Google Play Store, 2023.**

Berdasarkan keluhan yang dirasakan konsumen cenderung mengarah pada fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi Shopee. Padahal semakin tinggi kualitas yang kualitas layanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap tingginya kepuasan konsumen (Zahara, 2020). Oleh karena itu, agar implementasi dari layanan Shopee dapat memberikan manfaat yang lebih baik untuk konsumen dan demi memaksimalkan layanan yang diberikan Shopee, maka perusahaan perlu meningkatkan kualitas pada aplikasi Shopee.

Penelitian yang membahas antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen pada aplikasi di Indonesia sudah banyak yang dilakukan salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh (Pranitasari & Sidqi, 2021) yang menggunakan metode *E-Servqual* pada aplikasi Shopee menghasilkan bahwa tingkat kepuasan konsumen Shopee terhadap kepuasan kualitas layanan elektronik sebesar 99.0% dan masih terdapat 1% dari kualitas layanan yang belum memenuhi harapan pelanggan. Selain itu, dari penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Zinah et al., 2023) yang menggunakan metode *E-Servqual* pada aplikasi Shopee hasil perhitungan menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Shopee pada berbelanja *online*. Kebaruan dari penelitian ini adalah penelitian ini berfokus pada seluruh fitur Shopee selain itu tahun dan lokasi penelitian yang berbeda. Pendekatan yang dilakukan yaitu menggunakan metode pendekatan *E-Servqual*. Menurut Sartika (2018) *E-Servqual*, juga dikenal sebagai *E-Service Quality*, merupakan versi terbaru dari *Service Quality (ServQual)*. *E-Servqual* adalah model kualitas layanan *online* terlengkap dan terintegrasi. *E-Servqual* dapat dibagi menjadi 7 dimensi yaitu *Efficiency* (Efisiensi), *Fulfillment* (Pemenuhan), *Reliability* (Keandalan), *Privacy* (Privasi), *Responsiveness* (Respon), *Compensation* (Kompensasi), dan *Contact* (kontak) (Priyantini, 2022).

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Raden Rahmat. Berdasarkan hasil observasi awal, diperoleh bahwa mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Raden Rahmat Malang memiliki daya minat dan ketertarikan menggunakan aplikasi Shopee sebagai sarana transportasi, pembelian makanan online, pembelian barang umkm online, dan layanan pembayaran. Hal ini dibuktikan dengan sebesar 55 responden yang sudah mengisi kuesioner pra-penelitian adalah konsumen shopee.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan analisa pengaruh kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan Shopee dengan judul

## **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa”.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan bahwa permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah mendeskripsikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* Shopee?
2. Bagaimanakah pengaruh dimensi kualitas layanan *Effeciency* (Efisiensi), *Fulfillment* (Pemenuhan), *Reliability* (Keandalan), *Privacy* (Privasi), *Responsiveness* (Respon), *Compensation* (Kompensasi), dan *Contact* (kontak) terhadap kepuasan konsumen dalam pemakaian Shopee?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* Shopee.
2. Menganalisis pengaruh dimensi kualitas layanan *Effeciency* (Efisiensi), *Fulfillment* (Pemenuhan), *Reliability* (Keandalan), *Privacy* (Privasi), *Responsiveness* (Respon), *Compensation* (Kompensasi), dan *Contact* (kontak) terhadap kepuasan konsumen dalam pemakaian Shopee.

### **1.4 Batasan Masalah**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka batasan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Raden Rahmat Malang dan responden merupakan mahasiswa aktif Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
2. Objek penelitian ini adalah Aplikasi Belanja *Online E-commerce* Shopee.
3. Penelitian ini berfokus kepada layanan Aplikasi Shopee
4. Metode pendekatan yang digunakan menggunakan *E-Servqual*.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan memberikan manfaat pada pihak lain. Beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen sehingga dapat dijadikan upaya untuk meningkatkan layanan aplikasi tersebut.

2. Bagi Konsumen

Dapat mengetahui kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap aplikasi tersebut.

3. Bagi Peneliti lain

Diharapkan dapat digunakan sebagai sarana informasi dan referensi dalam pengembangan kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap penelitian selanjutnya.



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**