

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MASYARAKAT KOTA
PALEMBANG**



Skripsi

Nama : Sonia Oktarina

Nim : 212016072

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sonia Oktarina

NIM : 212016072

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *E-Commerce* Shopee Pada Masyarakat Kota Palembang**

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana sastra 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 10-08-2020


Sonia Oktarina

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang


TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *E-Commerce* Shopee Pada Masyarakat Kota Palembang**

Nama : sonia oktarina
NIM : 212016072
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal.....

Pembimbing I,


Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M
NIDN: 0206016702/790999

Pembimbing II,


Nadia Afrilliana, S.E., M.Si
NIDN: 0219048501

Mengetahui

Dekan

u. b. Ketua Program Studi Manajemen



Zaleha Trihandayani, SE.,MSi

NIDN : 0229057501

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan RahmatNya sehingga tugas akhir yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *E-Commerce* Shoppe Pada Masyarakat Kota Palembang** dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Dalam menyelesaikan Tugas akhir ini tentu banyak didapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih terutama kepada Ayah, Matsani dan Ibu, Titin yang telah memberikan doa, motivasi, kasih sayangnya yang tiada henti kepada saya.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Zaleha Trihandayani, SE, M.Si selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Dosen Pembimbingku Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M dan Nadia Afrilliana, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi
4. Responden yang telah membantu dalam mengisi koesioner
5. Dosen/staf Pengajar, staf akademik dan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis
6. Sahabat-sahabatku dan teman-teman dari prodi Manajemen dan Akuntansi
7. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tugas akhir ini.

Disadari bahwa apa yang telah penulis sampaikan dalam tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan demikian Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Palembang, Agustus 2020

Penulis,

Sonia Oktarina

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Persembahan dan Motto	v
Halaman Prakata	vi
Halaman Daftar isi	viii
Halaman Daftar Tabel	x
Halaman Daftar Gambar	xi
Halaman Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Sebelumnya	16
C. Kerangka Pemikiran.....	20
D. Hipotesis.....	20

BAB III. METODE PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Lokasi Penelitian.....	22
C. Operasionalisasi Variabel.....	22
D. Populasi Dan Sampling.....	23
E. Data Yang Diperlukan.....	25
F. Metode Pengumpulan Data.....	25
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Hasil Penelitian	34
B. Pembahasan Hasil Penelitian	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	60
A. Simpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAK

Sonia Oktarina/212016072/2020/Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Masyarakat Kota Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Adakah Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* shopee pada masyarakat kota Palembang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* shopee pada masyarakat kota Palembang. Jenis penelitian ini bersifat Asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 85 masyarakat dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui Kuesioner (Angket). Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda secara simultan ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* shopee pada masyarakat kota Palembang, sedangkan secara parsial *reliability, responsiveness dan assurance* ada pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sedangkan *tangibles dan empathy* ada pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan regresi linear berganda $Y = 4,819 - 0,315 X_1 + 0,440 X_2 + 0,217 X_3 + 0,264 X_4 + 0,231 X_5$

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Sonia oktarina / 212016072/2020 / Effect of service quality on shopee e-commerce customer satisfaction in the city of Palembang.

The formulation of the problem in this study Is there an influence of service quality on customer satisfaction of shopee e-commerce in Palembang city community. This research was conducted with the aim of finding the influence of service quality to shopee e-commerce customer satisfaction in the people of Palembang city. This research is associative. The sample used was 85 people with the sampling technique using purposive sampling. The data used in this study are primary data. The data method used is through a questionnaire (questionnaire). The data analysis technique used is multiple linear regression. Simultaneously, there is a positive effect of service on shopee e-commerce customer satisfaction in Palembang city society, while partially reliability, responsiveness and assurance of positive effects on customers while tangibles and emotions have a negative effect on customers. Linear multiple regression equation $Y = 4,819 - 0,315 X_1 + 0,440 X_2 + 0,217 X_3 + 0,264 X_4 + 0,231 X_5$

Key words : service quality, customer satisfactio

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana manusia memenuhi kebutuhan atau keinginannya sehingga merasa puas. Kebutuhan atau keinginan tersebut dipenuhi dengan cara membeli barang dan jasa. Mengingat banyaknya ragam barang atau jasa yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia maka dapat dibayangkan betapa luas dan kompleksnya aktifitas tersebut. Akibat kehidupan manusia yang berkembang maka barang dan jasa yang diinginkan manusia pun berkembang sehingga dinamika aktifitas pemasaran pun hampir tidak pernah berhenti.

Salah satu kajian dari konsep pemasaran yang penting yaitu membahas tentang kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang kecewa seorang setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2008: 138). Kepuasan pelanggan juga merupakan sebuah tujuan usaha, karena kepuasan tersebut akan menimbulkan perilaku dimasa yang akan datang bagi usaha tersebut tidak akan dapat bertahan dan berkembang.

Menurut Fandy Tjiptono (dalam Danang Sunyoto, 2012: 240) kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampainnya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Menurut rambat lupiyoadi (2008:128) terdapat lima dimensi *service quality* yaitu Bukti langsung (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan kepastian (*asurance*) dan Perhatian (*empaty*).

Dari ke lima dimensi kualitas pelayanan tersebut hal ini sejalan dengan Perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat yang telah membawa dunia masuk ke dalam era baru yang belum pernah dibayangkan sebelumnya. Setidak-tidaknya ada empat era penting sejak ditemukannya komputer sebagai alat pengolah data sampai dengan era internet dimana komputer menjadi senjata utama dalam berkompetisi. Penggabungan antara teknologi komputer dengan telekomunikasi telah menghasilkan suatu revolusi di bidang sistem informasi. jumlah pengguna internet sebesar 83,7 juta pengguna,). Adapun data mengenai peramalan perkembangan pengguna internet di Indonesia. Jumlah pengguna internet yang mencapai 83,7 juta pengguna atau sekitar 30% dari total penduduk di Indonesia, pasar *e-commerce* dapat menjadi tambang emas bagi sebagian orang yang akan menggeluti bisnis *onlineshop* (Mitra, 2014). nilai transaksi *e-commerce* mencapai Rp. 150 triliun pada tahun 2014 (Menkominfo, 2014). Berdasarkan dari data *Boston Consulting Group* (BCG), diperkirakan pada tahun 2020 akan terjadi ledakan *e-commerce* di mana jumlah masyarakat kelas menengah di Indonesia yang banyak melakukan *e-commerce* akan mencapai 141 juta orang atau sekitar 54% penduduk Indonesia. Dilihat dari data ini, sudah jelas dan bisa dipastikan bahwa potensi pasar *e-commerce* di Indonesia sangatlah besar.

E-commerce adalah penjualan yang dilakukan melalui media elektronik. Menurut Surawiguna dalam Saputra (2017) mendeskripsikan *e-commerce* sebagai salah satu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang berfokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa. *e-commerce* membawa peluang bisnis yang besar (seperti penjualan produk dan penyediaan layanan online) dan pertumbuhan pendapatan.

Pertumbuhan *e-commerce* yang terus meningkat di Indonesia membuat Shopee ikut meramaikan industri ini. Shopee merupakan aplikasi *mobile marketplace* pertama bagi konsumen ke konsumen (C2C) yang aman, menyenangkan, mudah, dan praktis dalam jual beli. Shopee sebagai salah satu situs yang wadah jual beli secara *online* yang telah melakukan perubahan untuk menarik minat pelanggan agar lebih banyak bertransaksi melalui situs tersebut. Shopee lebih fokus pada *platform mobile* sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung di ponselnya saja. Shopee juga dilengkapi dengan *fitur live chat*, berbagi (*social sharing*), dan *hashtag* untuk memudahkan komunikasi antara penjual dan pembeli dan memudahkan dalam mencari produk yang diinginkan konsumen. Keunggulan lain dari Shopee yakni Kesesuaian harapan terhadap kinerja yang di berikan shoppe saat mengirimkan barang dan merespon pembeli terbilang bagus, banyak promo yang di berikan shoppe seperti gratis ongkir dan potongan harga, Pelayanan transaksi pembayaran di shoppe di lakukan secara akurat dan tepercaya, Praktis cara pemesanan di Shopee karena bisa dilakukan via

internet, Keamanan pemesanan dalam shopee terjamin karena shopee memberikan garansi akan mengembalikan semua uang pembeli jika pesanan tidak sampai ke tangan pembeli, *e-commerce* shopee karena memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan dan melayani pelanggan dengan sikap ramah dan sopan santun.

Namun dunia saat ini sedang menghadapi pandemi covid-19, hal ini tentunya berdampak pada sejumlah sektor bisnis akibat meningkatnya kasus COVID-19 di Indonesia. Sejak awal maret 2020, jumlah kasus COVID-19 terus meningkat hingga mencapai lebih dari 5000 kasus sampai 15 April 2020 (Sumber: <https://www.covid19.go.id/>). Sehingga diterapkannya *social distancing* dengan membatasi kegiatan sosial masyarakat demi memutus rantai penyebaran virus covid-19 tersebut sehingga sekolah dan tempat kerja menghentikan kegiatan operasional mereka untuk sementara waktu, serta adanya larangan bagi masyarakat untuk bepergian ke tempat umum. Seiring dengan adanya larangan untuk bepergian, pola belanja masyarakat akan cenderung berubah dari *offline* menjadi *online*. Sehingga akibatnya penjualan pada bisnis *offline* menurun, sedangkan penjualan pada bisnis online akan cenderung meningkat, baik untuk barang esensial maupun non esensial. salah satu *plat form e-commerce* terdepan dan populer sebagai jual beli *online* yaitu shopee yang saat ini terus mengalami peningkatan konsumen, shopee menyediakan produk produk yang lengkap mulai dari barang kebutuhan sehari-hari hingga barang yang berkaitan dengan hobi mu tersedia lengkap di shopee, selain itu juga menjual produk-produk kesehatan seperti masker,

obat-obatan, *hand sanitizer*, dan *disinfektan* yang saat ini sangat dibutuhkan sehingga menyebabkan peningkatan pembeliannya pada bisnis online ini.

Tabel I.1

Daftar toko *online* di Indonesia dan jumlah pengunjung pada tahun 2020

Toko <i>online</i>	Daftar pengunjung
Shoope	837,1 juta
Bukalapak	823 juta
Lazada	445,5 juta

Sumber :cnnindonesia.com, 2020

Berdasarkan Tabel daftar toko *online* diatas pada cnnindonesia.com, Shopee Indonesia menempati urutan kesatu deng'an penilaian rata-rata yang meliputi Pengunjung Terbanyak dengan Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Rekomendasi, dan Reputasi dimiliki. Shopee Indonesia menjadi *e-commerce* atau tempat berbelanja *online* yang kini marak digunakan pada Masyarakat Indonesia. Kesenjangan ditemui pada pelanggan Shopee mengenai pelayanan yang diberikan oleh *e-commerce* Shopee, dari banyaknya tanggapan positif mengenai *e-commerce* Shopee, beberapa pelanggan Shopee mengaku sering merasa dirugikan dalam memesan produk seperti salah kirim produk, pesanan yang dikirimkan berbeda dengan deskripsi yang dicantumkan. Hal ini tentunya menimbulkan beragamnya pendapat mengenai kepuasan pelanggan Shopee. Berikut merupakan *Survey* Pendahuluan terhadap 30 responden terhadap pelanggan *e-commerce* Shopee :

Tabel I.2
Tanggapan Pelanggan Terhadap *E-Commerce* Shopee

No	Indikator	Puas	Tidak Puas
1	Kesesuaian harapan terhadap kinerja yang di berikan shoppe saat mengirimkan barang dan merespon pembeli terbilang bagus.	20 orang	10 orang
2	banyak promo yang di berikan shoppe seperti gratis ongkir dan potongan harga.	17 orang	13 orang
3	Pelayanan transaksi pembayaran di shoppe di lakukan secara akurat dan tepercaya.	19 orang	11 orang
4	Praktis cara pemesanan di Shopee karena bisa dilakukan via internet.	24 orang	6 orang
5	Keamanan pemesanan dalam shoppe terjamin	20 orang	10 orang
6	<i>E-Commerce</i> shoppe memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.	16 orang	14 orang

Sumber : pra survei kepada masyarakat Kota Palembang yang pernah belanja menggunakan jasa *e-commerce* shoppe, 2020

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis dimana menurut sebagian besar konsumen kepuasan pelanggan, 20 orang merasa puas dengan Kesesuaian harapan terhadap kinerja yang di berikan shoppe saat mengirimkan barang dan merespon pembeli terbilang bagus sehingga pelanggan merasa ingin berminat kembali menggunakan jasa *e-commerce* Shopee, Bukti langsung (*tangibles*) 17 orang merasa puas karena banyak promo yang di berikan shoppe seperti gratis ongkir dan potongan harga, Keandalan (*reliability*)19 orang pelanggan pun merasa puas Pelayanan transaksi pembayaran di shoppe di lakukan secara akurat dan tepercaya

seperti pembayaran bisa melalui *shoppe paylater*, transfer dan pembayaran melalui indomaret, ketanggapan (*responsiveness*) 24 orang merasa puas peraktis cara pemesanannya karena pememesan dapat dilakukan secara langsung via internet, tanpa harus terjun kelapangan untuk mencari kebutuhan yang diinginkan dan pelayanan yang cepat dan tepat, Jaminan dan kepatian (*assurance*) 20 orang merasa puas karena pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi dan *e-commerce* shoope mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan karena shoppe memberikan garansi akan mengembalikan semua uang pembeli jika pesanan tidak sampai ke tangan pembeli, Perhatian (*empathy*) 16 orang merasa puas dengan dengan pemberian pelayanan *e-commerce* shoppe karena memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan dan melayani pelanggan dengan sikap ramah dan sopan santun.

Oleh karena itu, dari uraian tersebut di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *E-Commerce* Shopee Pada Masyarakat Kota Palembang**”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* shopee pada masyarakat kota Palembang?

C. Tujuan Penulisan

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* shopee pada masyarakat kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Peneliti ini di harapkan memberikan tambahan pengetahuan dari dunia praktis dan sebagai pembelajaran.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadikan tambahan referensi bagi mahasiswa dan dosen ataupun penelitian selanjutnya bagi permasalahan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Eddy Suryadi (2018) Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan *E- Commerce* Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa S1 Administrasi Bisnis Semester Akhir 2018 – 2019 Fakultas Ilmu Administrasi & Sekretari (FIAS) IBM Asmi Vol. 3 No. 1. Maret 2019. 11 – 18.
- Ervita dan Kholilah (2015). *Buku Ajar Statistik 1*, UMP : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Fandy Tjiptono,(2004).*strategi pemasaran*, edisi kedua, yogyakarta : penerbit andi.
- Fandy Tjiptono, (2008). *strategi pemasaran*, edisi ke dua, yogyakarta : penerbit andi.
- Hadi Permana(2018) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari setiap dimensi kualitas layanan elektronik (e-service quality) yaitu efficiency, system availability, fulfilment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Bandung Sosiohumanitas Jurnal Manajemen, VOL. XX Edisi 2 ISSN: p1410-9263, e2654-6205.
- Iqbal Hasan. 2012. *Pokok-pokok materi Statistik 2 (statistic inferensi)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Januar Efendi Panjaitan (2016) Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016.
- Keller K.L dan Philip Kotler. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- raidah, r. a., wibowo, s. f., & -, r. (2019). analisis pengaruh e-service quality dan perceived service value terhadap kepuasan pelanggan tokopedia. *Dan Informasi Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol 10, No. 1, 2019.
- Rambat Lupiyoadi. (2008). *manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: salemba empat.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan kuantitatif, kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi I, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto,Danang.(2012).Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep,Strategi,Dan

Kasus. Jakarta :Center Of Academic Publishing