

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SHOPEE DI KECAMATAN RANTAU BAYUR
KABUPATEN BANYUASIN**

SKRIPSI



Nama : Yesi Tamara Devi

NIM : 212014454

**UNIVERSITAS MUHAMMADIAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SHOPEE DI KECAMATAN RANTAU BAYUR
KABUPATEN BANYUASIN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Yesi Tamara Devi

NIM : 212014454

**UNIVERSITAS MUHAMMADIAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2020**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yesi Tamara Devi
NIM : 212014454
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I 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. 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.
3. 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, Agustus 2020
Yang Menyatakan,



Yesi Tamara Devi
NIM: 212014454

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Pelanggan Shopee Di Kecamatan Rantau Bayur
Kabupaten Banyuasin
Nama : Yesi Tamara Devi
NIM : 212014454
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**Diterima dan Disahkan
Pada tanggal, Agustus 2020**

Pembimbing I,

Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si.
NIDN/NBM: 0216057001/673839

Pembimbing II,

Zawawi Nasution, S.E., M.Si.
NIDN: 02220458012

**Mengetahui,
Dekan**

u.b. Ketua Program Studi Manajemen




Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si.
NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Boleh saja ada seribu orang yang tak percaya pada impianmu. Tapi, Pastikan dari seribu orang itu, kamu bukan salah satunya”.

(J. S. Khairen, hlm. 119)

“Kalau tak bisa berlari, ya berjalan, kalau tak bisa berjalan, ya merangkak, asal jangan sampai menyerah atas apa yang dimulai”.

(Nur Luthfiana Hardian)

Skripsi ini Kupersembahkan kepada:

- **Kedua orang tuaku tercinta Bapak (T. Walter Panjaitan) dan Ibu (Sariawati).**
- **Semua saudara-saudaraku.**
- **Kedua dosen pembimbingku Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si., dan Bapak Zawawi Nasution, S.E., M.Si.**
- **Semua sahabat-sahabatku.**
- **Almamater Kebangganku.**

PRAKATA

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tuaku tercinta Bapak (T. Walter Panjaitan) dan Ibu (Sariawati) serta kedua pembimbing skripsi Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si., dan Bapak Zawawi Nasution, S.E., M.Si., yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran dengan tulus dan ikhlas. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmu dan memberikan nasihat-nasihat yang membuat penulis termotivasi untuk semangat belajar serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang membantu kelancaran dalam mengurus administrasi.

Penulis menyadari bahwa penyajian Skripsi ini secara teknis dan materi masih jauh dari kata kesempurnaan, akan tetapi dengan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis mencoba untuk menyusun Skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar Skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Palembang, Agustus 2020

Yesi Tamara Devi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN <i>MOTTO</i> DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Kepustakaan	8
B. Penelitian Sebelumnya	21

	Halaman
C. Kerangka Pemikiran	22
D. Hipotesis	23
 BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	24
B. Lokasi Penelitian	25
C. Operasionalisasi Variabel	25
D. Populasi dan Sampel Penelitian	26
E. Data yang Diperlukan	28
F. Metode Pengumpulan Data	28
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	29
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	37
B. Pembahasan	57
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	65
B. Saran	66
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	
 BIODATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Tanggapan Konsumen Terhadap Shopee	4
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel	25
Tabel IV.1 Uji Validitas	41
Tabel IV.2 Uji Reabilitas	42
Tabel IV.3 Karakteristik Respoden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel IV.4 Karakteristik Respoden Berdasarkan Umur	43
Tabel IV.5 Karakteristik Respoden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .	43
Tabel IV.6 Karakteristik Respoden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel IV.7 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	44
Tabel IV.8 <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) (X1)	47
Tabel IV.9 <i>Reliability</i> (Keandalan) (X2)	48
Tabel IV.10 <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) (X3)	49
Tabel IV.11 <i>Assurance</i> (Jaminan) (X4).....	51
Tabel IV.12 <i>Empathy</i> (Empati) (X5)	51
Tabel IV.13 Hasil Regresi Linier Berganda	52
Tabel IV.14 Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)	54
Tabel IV.15 Hasil Uji t (Uji Parsial)	55
Tabel IV.16 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	23

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Angket Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi Data Identitas Responden
- Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
- Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X)
- Lampiran 5. Analisis Data
- Lampiran 6. Nilai-nilai r *Product Moment*
- Lampiran 7. Tabel Distribusi F
- Lampiran 8. Tabel Distribusi t
- Lampiran 9. Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 10. Surat Riset
- Lampiran 11. Laboratorium Komputer
- Lampiran 12. Sertifikat Toefl
- Lampiran 13. Sertifikat Hafalan Surat-surat Pendek
- Lampiran 14. Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi
- Lampiran 15. Plagiarism Checker X Originality Report
- Lampiran 16. Biodata Penulis

ABSTRAK

Yesi Tamara Devi/212014454/2020/Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin/Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin? Tujuannya untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) dan kepuasan pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 68 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} untuk variabel pengaruh kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin adalah $F_{hitung} (5,580) > F_{tabel} (2,36)$, 2) Hasil uji t (uji parsial) bahwa diantara seluruh variabel-variabel di dalam kualitas pelayanan, yaitu variabel *tangibles* (X1) $t_{hitung} (1,146) < t_{tabel} (1,66)$; *reliability* (X2) $t_{hitung} (1,464) < t_{tabel} (1,66)$; *responsiveness* (X3) $t_{hitung} (1,813) > t_{tabel} (1,66)$; *assurance* (X4) $t_{hitung} (1,790) > t_{tabel} (1,66)$; dan *empathy* (X5) $t_{hitung} (1,492) < t_{tabel} (1,66)$, dan 3) Hasil Koefisien Determinasi sebesar 0,488 menunjukkan bahwa karakteristik kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 48,8%.

Kata kunci: pengaruh, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

Yesi Tamara Devi / 212014454/2020 / The Influence of Service Quality on Shopee Customer Satisfaction in Rantau Bayur District, Banyuasin / Marketing Management.

Formulation of the problem in this study was there an influence of service quality on Shopee customer satisfaction in Rantau Bayur District, Banyuasin? The aim was to determine the effect of service quality on Shopee customer satisfaction in Rantau Bayur District, Banyuasin. This research was an associative research. The variables in this study were service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) and customer satisfaction. The sample in this study were 68 people. The data used in this study was primary data. The method of collecting data in this research was a questionnaire. The technique of analysis data that used was multiple linear regression. The results of the analysis showed that: 1) The results of hypothesis testing showed that the value of Fcount for the influence variable of service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) on Shopee customer satisfaction in Rantau Bayur District, Banyuasin was Fcount (5,580) > Ftable (2,36), 2). The results of t test (partial test) that among all the variables in service quality, namely the tangibles variable (X1) tcount (1,146) < ttable (1,66); reliability (X2) tcount (1,464) < ttable (1,66); responsiveness (X3) tcount (1,813) > ttable (1,66); assurance (X4) tcount (1,790) > ttable (1,66); and empathy (X5) tcount (1,492) < ttable (1,66), and 3) The coefficient of determination of 0,488 showed that the characteristics of service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) are able to explain customer satisfaction by 48,8 %.

Keywords: *The influence, service quality, customer satisfaction.*

PENGESAHAN

NO. 367 /Abstract/I.B/U.M.P./viii / 2020

Telah di Koreksi oleh

Lembaga Bahas

Universitas Muhammadiyah Palembang 

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman, gaya hidup masyarakat semakin serba cepat dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Sehingga masyarakat seringkali mencari sesuatu yang praktis dan serba cepat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai penyediaan layanan yang membantu masyarakat. Setiap perusahaan menawarkan keunggulan kepada konsumen supaya dapat terus bertahan. Semakin menarik, mudah, dan menguntungkan sistem penjualan bagi konsumen, maka keuntungan bagi perusahaan semakin besar. Oleh karena itu, sistem penjualan suatu perusahaan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan perusahaan karena sistem penjualan perusahaan tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi.

Penerapan teknologi komunikasi informasi yang bisa digunakan untuk menunjang sistem penjualan adalah penjualan yang dilakukan melalui media elektronik. Menurut Surawiguna (dalam Widyanita, 2018:1) mendeskripsikan media elektronik 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. Melalui media elektronik memiliki peluang bisnis yang besar (seperti penjualan produk dan penyediaan layanan *online*) dan pertumbuhan pendapatan (Rohm

dan Swaminathan, 2014:3). Oleh karena itu, perusahaan saat ini berlomba-lomba menyediakan layanan *online* baik sebagai pengganti atau sebagai tambahan untuk layanan *offlinenya* yang tradisional (Pujari, 2014:34). Namun, meski dengan meningkatnya jumlah pelanggan untuk belanja *online*, media elektronik terbukti lebih rumit dibandingkan cara tradisional dalam berbisnis. Meningkatkan kualitas layanan media elektronik dianggap sebagai salah satu faktor kunci menuju kesuksesan atau kegagalan dalam rantai pasokan *e-retailing*.

Menurut Lai (2014:63) kecepatan perkembangan teknologi, komunikasi, dan informasi memungkinkan konsumen untuk membeli produk dan jasa secara *online*. Pada saat yang sama, pertumbuhan yang pesat dari toko *online* telah mendorong persaingan hebat diantara penjualan yang semakin melihat pengalaman pelanggan sebagai sesuatu penting. Media elektronik menjadi alternatif bisnis di era modern yang sejalan dengan kondisi pasar yang semakin dinamis dan persaingan yang kompetitif, mengakibatkan perubahan pada perilaku konsumen.

Di Indonesia, belanja secara *online* telah menjadi pilihan banyak pihak untuk memperoleh barang. Pertumbuhan 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. Aplikasi Shopee dapat diunduh dengan gratis di App Store dan Google Play Store.

Kualitas layanan dalam konteks media elektronik semakin dikenal sebagai cara yang efektif untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Zeithaml, 2002) sebuah isu strategis untuk kesuksesan jangka panjang (Parasuraman, 2005), dan penentu utama kepuasan pelanggan dan loyalitas (Gummerus, 2004; Ribbink, 2004). Gilbert dkk dalam Jurnal Aryani dan Rosnita (2010:11) mengungkapkan kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan, sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan.

Shopee mampu memberikan pelayanan yang tepat dan sesuai dengan harapan konsumen, maka Shopee akan memiliki persepsi baik di mata konsumen. Dalam memberikan pelayanan yang tepat dan sesuai, perusahaan dituntut untuk memahami harapan konsumen serta memberikan pelayanan yang memuaskan. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka konsumen cenderung membandingkan dengan pelayanan dari perusahaan lain.

Tetapi menurut Kotler dan Keller (2016:132) survey konsumen menunjukkan bahwa hal yang paling signifikan yang menghalangi seseorang untuk berbelanja secara *online* adalah tidak adanya pengalaman yang menyenangkan, interaksi sosial, dan konsultasi pribadi dengan perwakilan perusahaan. Situasi ketidakpuasan terjadi menakala konsumen telah menggunakan produk atau mengalami jasa yang dibeli dan merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan. Ketidakpuasan bisa menimbulkan sikap negatif terhadap merek maupun produsen atau penyediaan jasanya, berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan merek (*brand switching*), dan berbagai macam perilaku *complain* (Fandy Tjiptono, 2016:302).

Berikut merupakan survei pendahuluan terhadap 30 responden pelanggan Shopee di Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin.

Tabel I.1
Tanggapan Konsumen Terhadap Shopee

No.	Indikator	Setuju		Tidak Setuju	
		Orang	%	Orang	%
1	Cara pembelian di Shopee mudah	13	43,3	17	56,7
2	Pembelian di Shopee terjamin keamanannya	20	66,7	10	33,3
3	Shopee banyak memberikan promosi	22	73,3	8	26,7
4	Kemudahan dalam pembayaran	11	36,7	19	63,3
5	Harga yang ada di Shopee banyak yang terjangkau	16	53,3	14	46,7

Sumber: Hasil Survei, April Tahun 2020.

Berdasarkan Tabel I.1 di atas dapat dilihat bahwa 13 pelanggan atau (43,3%) menyatakan setuju, dan 17 orang (56,7%) menyatakan tidak setuju konsumen menggunakan Shopee, karena menurut pelanggan cara pembelian di Shopee dianggap masih sulit untuk dijangkau, karena dalam melakukan pembelian di Shopee ini harus menggunakan *smartphone* atau komputer

sementara banyak dari konsumen yang harus belajar terlebih dahulu untuk memesan produk pada Shopee ini.

Sebanyak 20 orang (66,7%) setuju dan 10 orang (33,3%) tidak setuju, pembelian di Shopee terjamin keamanannya, karena menurut pelanggan keamanan barang pada Shopee dalam di klaim jika barang yang dikirimkan rusak atau tidak sesuai dengan pesanan. Sebanyak 22 orang (73,3%) setuju dan 8 orang (26,7%) tidak setuju Shopee banyak memberikan promosi seperti *cashback*, diskon setiap hari dan pada setiap tanggal tertentu, sehingga membuat pelanggan tertarik untuk selalu membeli produk.

Sebanyak 11 pelanggan atau (36,7%) menyatakan setuju dan 19 pelanggan atau (63,3%) menyatakan tidak setuju mengenai kemudahan pembayaran Shopee, karena menurut pelanggan pembayaran Shopee dianggap rumit karena harus melakukan pembayaran di ATM atau melalui Bank, atau swalayan seperti Indomaret atau Alfamart, menurut beberapa pelanggan hal ini tidak efektif bagi orang yang ingin membeli produk tetapi tidak memiliki ATM atau tidak ada swalayan di tempat tinggal mereka seperti di desa yang ada di Kecamatan Rantau Bayur, lain halnya jika Shopee dapat membayar produk ditempat.

Sebanyak 16 orang (53,3%) setuju dan 14 orang (46,7%) tidak setuju, banyak pelanggan yang mengaku bahwa Shopee dapat menjadi peluang bisnis bagi pemula, karena menurut pelanggan harga yang ditawarkan Shopee lebih terjangkau dibandingkan harga di toko-toko lain, sehingga hal ini menjadi memungkinkan menjadi peluang bisnis bagi pembeli untuk dapat menjual kembali barangnya (*reseller*).

Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk membuat suatu karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin?.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian bermanfaat menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari perkuliahan yang telah diterima dan dipraktekkan ke dalam penelitian yang sebenarnya.

2. Bagi Pelanggan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pelanggan dalam memilih jasa yang dilihat dari segi kinerja, sehingga dapat sesuai dengan dengan apa yang diharapkan.

3. Bagi Almamater

Penelitian dapat bermanfaat untuk menjadikan referensi bagi peneliti yang akan meneliti tentang kualitas pelayanan pengguna Shopee tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Anita, Yeni. 2019. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bisnis Online Shop: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada di Kota Pekanbaru)*. Tesis Online. Program Pascasarjana (PPS). Universitas Islam Negeri (UIN). Riau: Sultan Syarif Kasim Riau.

Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Dewi Sartika. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Travel Fly Wings Luwuk. *Jurnal Online*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Luwuk: Universitas Muhammadiyah Luwuk.

Dwi Aliyyah Apriyani. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Online*. Fakultas Ilmu Administrasi. Malang: Universitas Brawijaya Malang.

Ghozali, Iman. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 22*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.

Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.

Irawan, Hendy. 2016. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga.

Januar Efendi Panjaitan. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Online*. Prodi Administrasi Bisnis. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Bandung: Universitas Telkom Bandung.

Kamus Bahasa Indonesia. 2017. Jakarta: Balai Pustaka.

Kotler, P. & Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. 2016. *Marketing Management*, Edisi Milenium, International Edition. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

_____. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan Jilid II. Edisi Kesebelas. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Lestari, Heni Puji. 2016. Analisis Peranan Cashback Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Pengendalian Umur Piutang Pada CV. Master Mat Surabaya. *Jurnal Online*. Program Studi Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Surabaya: Universitas Bhayangkara Surabaya.

Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussr, J. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia*, Edisi Ketujuh, Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.

_____. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Mahmudi. 2015. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Mawey, Thalia Claudia. 2018. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sulutgo. *Jurnal Online*. Emba, Vol.6 No.3 Juli 2018.

McCarthy. 2017. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2 Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat.

Mowen, J. C., & Minor, M. 2012. *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Jilid Satu). Jakarta: Erlangga.

Mustika, Meliza. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wardah Beauty House Medan*. *Skripsi Online*. Program Studi Strata 1. Manajemen Ekstensi, Departemen Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Medan: Universitas Sumatera Utara Medan.

Pangesti, Hafilah Nindya. 2019. Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapat Cashback Di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Skripsi Online*. Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah. Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah. Fakultas Syari'ah. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri.

Setiadi, N. J. 2013. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Sigit, Suhardi. 2018. *Pemasaran Praktis*. Edisi Ketiga, Yogyakarta: BPFE.

Situmorang, S. H., & Lufti, M. 2014. *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Jakarta: Buku Seru.

Sutisna, 2014. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, F. 2016. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

_____. 2017. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Umar, H. 2013. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Widyanita, Fika Ayu. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fe Uii Pengguna Shopee*. *Skripsi Online*. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia.

Zeithaml, A., A. Parasuraman dan Leonard L. Berry. 2002. *Serqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*.