

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI  
BUKALAPAK PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**Skripsi**



**Nama : Yudha Pratama  
NIM : 212019375**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PRODI MANAJEMEN**

**2023**



**Skripsi**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI  
BUKALAPAK PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



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

**Nama : Yudha Pratama**

**NIM : 212019375**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2023**



## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yudha Pratama

NIM : 212019375

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik Sarjana Strata 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 di publikasikan 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 hariter dapat 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, November 2023



*Yudha Pratama*  
Yudha Pratama

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Univesitas Muhammadiyah

Palembang

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Yudha Pratama  
NIM : 212019375  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal

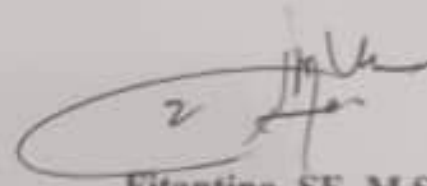
Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Maftuhah Nurrahmi, SE, M.Si

NIDN : 0216057001



Fitantina, SE, M.Si

NIDN : 0028026301

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zafcha Handayani SE, M.Si

NIDN : 0229057501

## **PERSEMBAHAN DAN MOTTO**

“ Jika orang lain bisa maka aku juga harus bisa”

“Berbuat baiklah tanpa perlu alasan”

“Memilihlah dengan tanpa penyesalan”

“Pantang mundur sebelum berhasil”

“Selalu berusaha untuk sukses”

Kupersembahkan kepada :

- ❖ Tuhanku, Allah SWT
- ❖ Kedua Orang Tua Ku
- ❖ Keluarga besar ku
- ❖ Dosen pembimbing Skripsiku
- ❖ Almamater Kebangganku
- ❖ Para sahabat-sahabatku
- ❖ Orang baik yang secara tidak sengaja bertemu



## PRAKATA



Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmatNYA penulisan skripsi dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ini dapat saya selesaikan sebagaimana waktu yang dijadwalkan.

Universitas Muhammadiyah Palembang (UMP) merupakan universitas swasta tertua dan sangat dikenal di Kota Palembang. Universitas ini terus berkembang dari waktu ke waktu dengan jumlah mahasiswa, dosen, dan sarana serta prasarana yang semakin banyak dan lengkap. Perkembangan tersebut juga diiringi dengan kuantitas dan kualitas pesaing yang semakin banyak dan beragam. Itulah sebabnya UMP harus membangun komunikasi yang baik dengan calon-calon konsumennya, yaitu para siswa yang akan menyelesaikan studinya dari Sekolah Menengah Atas. Komunikasi ini dapat dibangun lewat berbagai sumber informasi dan memilih sumber informasi yang dapat memungkinkan pesan dapat diterima dengan baik. Itulah sebabnya perlu dilakukan kajian terhadap ketepatan berbagai sumber informasi yang selama ini telah digunakan UMP, manakah sumber yang lebih efektif.

Penulisan laporan ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu saya sampaikan terima kasih terutama pada ke empat orang tua (Ayah Indra Kesuma & Angkut Basri dan Ibu Noviyanti & Ida Royani) yang do'a dan bantuannya secara moril maupun materil memiliki makna besar dalam proses ini. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E, M.Si dan Ibu M.Si., dan Fitantina, S.E., M.Si yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian telah membimbing dan memberikan masukan guna penyelesaian skripsi ini. Selain itu ucapan terima kasih juga Saya sampaikan kepada :

- a. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
- b. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah beserta staf.
- c. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen FEB UMP.
- d. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E, M.Si dan Ibu Fitantina, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
- e. Bapak Randy Hidayat, S.E., M.Si selaku Pembimbing Akademik.
- f. Ibu Anggreany Hustia, S.E., M.M dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si yang berkenan memberikan telaah terhadap proposal dalam seminar usulan penelitian.



- g. Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
- h. Keluarga Besar Kakek (Chairul Yani) dan Nenek (Nuraina) dari sebelah pihak ibu yang selalu mendukung perkuliahan penulis dari awal hingga akhir.
- i. Keluarga Besar Kakek (Zaibi Ali) dan Nenek (Dahlia) dari sebelah pihak ayah yang selalu mendukung perkuliahan penulis dari awal hingga akhir.
- j. Putri Adiningsih, Lala Cahyani dan Aprie Dweiresty, Mbak Diah, Putri W, Tellin, Ryan Asrul, Andrian, Ega Nismayana, Azil, Fershi, selaku orang terbaik yang selalu membantu saya dalam menyelesaikan skripsi dan selalu memberikan semangat tanpa henti.
- k. Sahabat My Team “Apri Dweiresty, M. Agus Setia, Putri Adiningsih, Lala Cahyani, Fitaloka, Naziratul Hasanah, Nur Asmarani, Febriansyah, Eko, Windra, Kak Rendy, Dedek al” yang selalu mensupport dari awal hingga akhir.
- l. Sahabat Kecilku (Fnd) Noval Rizani, Nuri Yulan Sari, Febriyanti Lestari, Okta Lestari, Tri Julianti, Ayuh Wandira, Darma, Dedek Hisyam, Nova Riana, Indah
- m. Sahabatku (Unlimited Buster) Kelvin, Kak Riska, Cek Nyimas, Cik Yuni dan Jessica yang selalu mensupport dari awal hingga akhir.
- n. Sahabat KKN ku Riska, Fina, Fera, Herlina, Eka, Yuyun, Indah, Hanna, Ahlul, Adam, Diki yang selalu mensupport dari awal hingga akhir.
- o. Teman Terbaikku Vivi, Errien, Jaka, Sangkut, Sella, Sania, Gilang, Senai, Naning, Tyas, Adi, Rey, Nisa, Lisma, Aprinawaro, Kak Yogik, Ridho, Jodi, Bowo, Rafi, Nabila, Azmi, Vika, Wisnu, Desta, Kak Artha, Kak Aiza, Iksan, Abbel, Okta, Juwika, Wulan, Puspa, Meffi, Nopi, Indra, Intan, Dinda, Salwa, Fariz, Madon, Nura, Nini, Tasya, Sintia, Sulaiman, Icha.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Saya menyadari, meskipun banyak usaha telah saya lakukan, akan tetapi laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian mudah-mudahan dari laporan penelitian ini tetap ada manfaat yang dapat diperoleh. Aamiin

Palembang, Februari 2023

**Yudha Pratama**



## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul Luar.....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Judul.....</b>	<b>ii</b>
<b>pernyataan Bebas Plagiat .....</b>	<b>iii</b>
<b>Tanda Pengesahan Usulan Penelitian .....</b>	<b>iv</b>
<b>Tanda Pengesahan Usulan Setelah Seminar .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori .....	13
B. Penelitian Sebelumnya .....	21
C. Kerangka Pemikiran.....	27
D. Hipotesis.....	30
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian.....	29
C. Operasionalisasi Variabel.....	29
D. Populasi dan Sample Penelitian.....	30
E. Data yang Diperlukan.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	31
G. Teknik Analisis Data .....	32
H. Jadwal Penelitian .....	45
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>46</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>49</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>46</b>
A. Hasil Penelitian.....	46
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
<b>BAB V.....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73
<b>Daftar Pustaka</b>	
<b>Lampiran</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Toko Online Pengunjung Terbanyak Tahun 2022 .....	6
Tabel I.2	Survey Mahasiswa Terhadap Aplikasi Bukalapak .....	8
Tabel II.1	Persamaan Dan Perbedaan Peneliti Sebelumnya.....	24
Tabel II.2	Kerangka Pemikiran .....	27
Tabel III.1	Operasional Variabel .....	30
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas .....	47
Tabel IV.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel IV.3	Kepuasan Pelanggan (Y) .....	50
Tabel IV.4	Kualitas Pelayanan (X1) .....	52
Tabel IV.5	Harga (X2) .....	55
Tabel IV.6	Hasil Regresi linier Berganda.....	57
Tabel IV.7	Hasil Uji F (Uji Simultan) .....	59
Tabel IV.8	Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	60
Tabel IV.9	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	62



## DAFTAR GAMBAR

Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi .....	44
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan.....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Jadwal Penelitian
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
- Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X1)
- Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Harga (X2)
- Lampiran 6. Hasil Perhitungan Data Menggunakan Program *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*
- Lampiran 7 Nilai T tabel
- Lampiran 8 Nilai F tabel



## ABSTRAK

**Yudha Pratama / 212019375 / 2023 / Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.**

Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, 2) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, 3) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Jenis penelitian ini adalah asosiatif, dengan variabel yang di gunakan adalah kepuasan pelanggan (Y), kualitas pelayanan (X1), harga (X2). Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden yang di ambil secara *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang di gunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t, koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Sedangkan dalam uji secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.**



## ABSTRACT

***Yudha Pratama / 212019375 / 2023 / The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction of the Bukalapak Application for Students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang.***

*This study aims 1) to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction of the Bukalapak application for students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang, 2) to determine the effect of service quality on customer satisfaction of the Bukalapak application for students of the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang, 3 ) to determine the effect of price on customer satisfaction of the Bukalapak application for students of the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang. This type of research is associative, with the variables used are customer satisfaction (Y), service quality (X1), price (X2). The number of samples in this study were 100 respondents who were taken by purposive sampling. The data used is primary data with data collection methods using questionnaires. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, testing the hypotheses F and t, the coefficient of determination. The results of this study indicate that service quality and price simultaneously have a significant influence on customer satisfaction in the Bukalapak application for students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang. Meanwhile, in the partial test, service quality has a significant effect on customer satisfaction, price has a significant effect on customer satisfaction.*

***Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction.***



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Zaman sekarang mulai dari masyarakat baik para pekerja maupun para pelajar tidak terlepas dari teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi informasi merupakan bentuk umum yang menggambarkan setiap teknologi yang membantu menghasilkan, memanipulasi, menyimpan, mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi. Dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari termasuk dalam berbelanja, yang mana saat ini sudah banyak para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis melalui *media elektronik*, salah satunya melalui media internet (Tegar, 2018). Perkembangan bisnis melalui media internet semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia. Tak bisa dipungkiri banyak masyarakat yang mengembangkan bisnis dengan media elektronik bersifat *online shop*. Salah satu bentuk *online shop* yang paling dikenal publik adalah dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*.

*E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*), yaitu internet (Nasution, 2019). E-commerce



merupakan istilah yang akhir akhir ini sering di dengar. Istilah pemasaran online, internet marketing (Rahmat, 2018).

Pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen Menurut Laksana (2019:1). Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis. (Tjiptono dan Diana 2020:370).

kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang di konsumsi Menurut Daryanto dan Setyabudi (2014:90). Terdapat beberapa faktor pendorong utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu : kualitas produk, harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan Menurut Daryanto dan Setyabudi (2014:53)

Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan merupakan memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik sehingga hal ini juga akan terpengaruhi kepuasan konsumen, kualitas pelayanan adalah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan



penyampaiannya untuk mengibangi harapan pelanggan Menurut Fandy Tjiptono (2014:268)

Harga merupakan jumlah uang yang dikeluarkan seseorang untuk mendapatkan nilai sebagai imbalan atas penggunaannya (Kotler & Armstrong, 2018:308). Harga dari suatu barang harus sesuai dengan nilai yang diberikan agar konsumen tertarik untuk membelinya, jika perusahaan membebaskan harga produk dibawah biayanya, laba akan berkurang. Maka dari itu, strategi penetapan harga yang tepat adalah strategi yang memberikan nilai kepada pelanggan dan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan yang ingin tetap berjalan dalam jangka waktu yang lama membutuhkan pelanggan yang tetap setia ataupun loyal.

Membeli kebutuhan barang dan jasa melalui internet sudah menjadi suatu rutinitas konsumen saat ini. Alasan utama mahasiswa beralih pada online shop adalah mereka dapat berbelanja tanpa terikat ruang dan waktu, artinya bisa dilakukan kapan pun dan dimanapun. Mahasiswa juga dapat membandingkan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan dari satu toko dengan toko yang lain tanpa harus berjalan memasuki toko-toko tersebut. Dalam pemasaran yang dilakukan online shop, terdapat beberapa media online yang sering digunakan, seperti Instagram, Facebook, Twitter, Website dan media online lainnya.

Melalui online shop pembeli tidak harus bertatap muka dengan penjual. Hanya dengan mengakses situs toko online transaksi dapat berjalan. Berbelanja online terasa jauh lebih mudah dan simpel, hanya dengan memilih



barang melalui gambar dan video, melakukan pemesanan, dan bayar melalui transfer, selanjutnya pembeli hanya tinggal menunggu barangnya sampai langsung dan diantar ke tempat berdasarkan alamat pemesanan. Hal ini tentu sangat memudahkan karena lebih menghemat waktu dan tenaga dibanding berbelanja langsung ke toko. Contohnya, yaitu aplikasi seperti toko online Bukalapak. Hal ini perlu terus dikembangkan melalui berbagai inovasi dan kreasi agar pergerakan ekonomi di Indonesia, khususnya di pasar online semakin baik, dan bersiap menuju revolusi industri 5.0 (Dalam suara siber 2020). Salah satu contoh penjualan produk secara online melalui internet seperti yang dilakukan oleh toko online Bukalapak, dalam bisnis ini, harga dukungan dan pelayanan terhadap konsumen menggunakan website, email sebagai alat bantu.

Bukalapak merupakan salah satu pasar daring (*online marketplace*) terkemuka di Indonesia (biasa dikenal juga dengan jaringan toko daring ) yang dimiliki dan dijalankan oleh PT. Bukalapak. Seperti halnya situs layanan jual - beli daring (online) dengan model bisnis *customer-to-customer* (C2C), Bukalapak menyediakan sarana penjualan dari konsumen-ke-konsumen di mana pun. Siapa pun bisa membuka toko daring untuk kemudian melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia baik satuan ataupun dalam jumlah banyak. Pengguna perorangan ataupun perusahaan dapat membeli dan menjual produk, baik baru maupun bekas, seperti sepeda, ponsel, perlengkapan bayi, gawai (gadget), aksesoris gawai, komputer, sabak (tablet), perlengkapan rumah tangga, busana, elektronik, dan lainlain.



E-mail aktif nantinya digunakan untuk mengirim tagihan pembayaran dan sebagai kontak untuk menghubungi pembeli jika terjadi kesalahan saat transaksi. Oleh karena itu untuk e-mail diharapkan tidak salah dalam penulisannya, karena nantinya akan berpengaruh kepada verifikasi transaksi anda. Bukalapak memiliki program untuk memfasilitasi para UKM yang ada di Indonesia untuk melakukan transaksi jual beli secara online.

Hal ini dikarenakan transaksi melalui online dapat mempermudah UKM dalam menjual produk-produk yang mereka miliki tanpa harus memiliki toko offline. Untuk yang telah memiliki toko offline, Bukalapak mengharapkan dengan adanya situs tersebut dapat membantu meningkatkan penjualan toko offline tersebut.

Berdasarkan laporan keuangan EMTEK tahun 2015 (pemilik 49% saham Bukalapak), diketahui bahwa Bukalapak telah mendapatkan dana investasi dari EMTEK total hingga Rp 439 miliar. Namun sepanjang tahun 2015 Bukalapak tercatat masih merugi hingga Rp 229 miliar rupiah, dengan pemasukan Rp 6,4 miliar. Untuk masyarakat modern berbelanja online atau melakukan transaksi elektronik bukan lagi sebuah kemewahan namun sudah menjadi kebutuhan primer. Ketika kita mencari barang yang tidak ada di toko fisik atau kita sedang merasa sedikit tidak enak badan merasa capek.

Bukalapak merupakan salah satu *marketplace* yang akan menjadi pilihan utama oleh setiap masyarakat di Indonesia karena keunggulan yang ditawarkannya dengan pencarian barang yang *simple* dan berbagai macam



fitur modern akan menjadikan para pecinta *online shop* dapat menghemat waktu dan tenaga.

*Market place* sekarang memang banyak dilirik oleh masyarakat Indonesia bahkan tidak mengenal kata usia karena banyak para orangtua yang ingin memahami dan menjadi kecanduan terhadap *market place* karena tergiur dengan berbagai macam promo diskon fitur nego dan mendapat barang yang sudah sulit di dapatkan di toko *offline* banyak masyarakat terutama di kota-kota besar seperti bandung salah satunya. Saat ini peminat masyarakat bandung terhadap transaksi elektronik meningkat dan jumlah penggunaannya menanjak dan sangat pesat. Hal ini menimbulkan suatu pemikiran dikalangan pebisnis untuk terus melakukan inovasiinovasi untuk membuat sebuah *Market place* menjadi salah satu pertembingan saat memerlukan kebutuhan kita sehari-hari.

**Tabel I.1**  
**Daftar toko online di Indonesia dan jumlah pengunjung pada tahun 2022**

	<b>Merek yang paling diingat konsumen</b>	<b>Jumlah pengguna terbanyak</b>	<b>Merek yang paling sering di gunakan</b>
<b>Shoope</b>	54 %	86%	62%
<b>Tokopedia</b>	25%	57%	24%
<b>Lazada</b>	6%	35%	10%
<b>Bukalapak</b>	1%	14%	2%

**Sumber: Kantar, Tabel Pangsa Pasar Pengguna E-Commerce di Indonesia**

Hasil *riset* tersebut menemukan bahwa dari 4 nama besar *e-commerce* di Indonesia, Shopee masih menjadi yang paling unggul dengan menduduki peringkat pertama dalam semua indikator penilaian. Hal ini



terbukti dari sebanyak 54% responden yang menjawab Shopee sebagai merek yang paling diingat atau *Top of Mind*. Menyusul di urutan berikutnya adalah Tokopedia (25%), Lazada (6%) dan Bukalapak (1%).

Lebih lanjut, hasil riset Kantar juga menemukan bahwa Shopee merupakan *e-commerce* dengan jumlah pengguna terbanyak dalam 6 bulan terakhir, yaitu sebanyak 86% dari total responden. Sementara peringkat berikutnya dipegang oleh Tokopedia (57%), Lazada (35%) dan Bukalapak (14%).

Shooper menjadi *e-commerce* yang paling sering digunakan atau *Brand Used Most Often* dengan sebanyak 62% responden memilih aplikasi belanja *orange* ini, melampaui Tokopedia yang memiliki angka 24%, Lazada dengan angka 10%, dan Bukalapak paling sedikit dengan angka 2%. Selanjutnya,

Bukalapak Indonesia menempati urutan ke empat dengan penilaian rata-rata yang meliputi Pengunjung sedikit dengan kualitas pelayanan, kepuasan, rekomendasi, dan reputasi dimiliki. Bukalapak Indonesia menjadi *e-commerce* atau tempat berbelanja online yang kini agak kurang digunakan pada Masyarakat Indonesia. Kesenjangan ditemui pada pelanggan Bukalapak mengenai pelayanan yang diberikan oleh *e-commerce* Bukalapak, dari banyaknya tanggapan positif mengenai *e-commerce* Bukalapak, beberapa pelanggan Bukalapak mengaku sering merasa dirugikan dalam memesan produk seperti salah kirim produk, pesanyang dikirimkan berbeda dengan deskripsi yang dicantumkan. Hal



ini tentunya menimbulkan beragamnya pendapat mengenai kepuasan pelanggan Bukalapak.

**Tabell.2**  
**Hasil Pra Riset Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

No	Survey	Setuju	Tidak Setuju	Jumlah
1.	Kemampuan pelayanan di Buka Lapak dapat diandalkan.	12	18	30
2.	Respon membantu pelanggan di Buka Lapak layanannya cepat.	14	16	30
3.	Kemampuan untuk menjamin mutu di Buka Lapak terpercaya.	10	20	30
4.	Perhatian di Buka Lapak terhadap pelanggan baik.	12	18	30
5.	Fasilitas di bukalapak sangat baik	10	20	30
6.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	14	16	30
7.	Harga di Bukalapak lebih mahal	17	13	30
8.	Harga Bukalapak mampu bersaing dengan perusahaan e-commerce lainnya	20	10	30
9.	Apakah merasa puas belanja di aplikasi Bukalapak	8	22	30
10.	Akan melakukan pembelian ulang untuk produk lain	10	20	30
11.	Mengajak orang lain untuk berbelanja di Bukalapak	6	24	30

*Sumber : Berdasarkan teori 2022.*

Berdasarkan tabel diatas maka dapat di jelaskan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis dimana menurut sebagian pelanggan tidak puas, ada 18 orang yang merasa kurang puas karena kemampuan pelayanan di Bukalapak karena kurang dapat di andalkan, ada 16 orang tidak puas dengan respon membamntu pelanggan di Bukalapak karena pelayanannya agak sedikit lambat, ada 20 orang yg tidak puas dengan kemampuan



menjamin mutu di Bukalapak karena masih kurang di percaya, ada 18 orang tidak puas terhadap perhatian di Bukalapak karena pelayanannya tidak memuaskan, ada 20 orang tidak puas terhadap fasilitas Bukalapak karena terkadang peralatan, sarana dan prasarannya tidak sesuai, ada 15 orang merasa tidak puas dengan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produknya, ada 17 orang setuju bahwa harga yang ada di Bukalapak cenderung lebih mahal, ada 20 orang yang tidak setuju kalau Bukalapak mampu bersaing dengan perusahaan *e-commerce* lainnya Bukalapak dapat bersaing dengan *e-commerce* lain karena harga di Bukalapak tidak sesuai dengan yang dijual, ada 22 orang tidak setuju bahwa mereka puas belanja di aplikasi bukhalapak, ada 20 orang yang tidak setuju kalau mereka akan melakukan pembelian ulang untuk produk lainnya, ada 24 orang tidak setuju bahwa mereka tidak akan mengajak orang lain untuk berbelanja di Bukalapak.

Berdasarkan fenomena yang ada, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang



**B. Rumusan Masalah**

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?
3. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?

**C. Tujuan Penulisan**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.



## **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 di praktekkan kedalam penelitian yang sebenarnya.

### **2. Bagi Almamater**

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

### **3. Lokasi Penelitian**

Sebagai penambah wawasan dan bahan awal dalam pengembangan peneliti lanjut yang berkaitan dengan transaksi belanja online



permasalahan dari konsumen, lebih aktif lagi berinteraksi dengan konsumen agar konsumen percaya bahwa Bukalapak bisa di percaya dan terjamin dan membuat konsumen akan terus memakai bahkan mengajak orang lain untuk menggunakan Bukalapak

3. Harga Bukalapak harus lebih di pertimbangkan lagi dan di evaluasi agar harga bisa diterima di masyarakat banyak dan harga sesuai dengan produk yang di jual agar konsumen tidak ragu dalam berbelanja di Bukalapak

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adhitama, A., Dharma, U. B. and Pelanggan, K. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia (Studi pada Pengguna Tokopedia)*. 2: 71–79.
- Afridayanti, S. 2022. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah pada Perusahaan Asuransi*, 2: 215-220
- Andi, R. 2018. *Kepuasan Pelanggan*: 10–27.
- Arianto, N. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Arni, P. Dan Rahma, W. 2017. *Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada*



- Cinderella School Of English For Children Di Bandung. Jimm Unikom, 62-75.*
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. 2016. *Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam.*
- Buchori. A. 2018. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi.* Bandung: Alfabeta
- Daryanto, & Setyobudi, I. 2014. *konsumen dan pelayanan prima.* Yogyakarta: Gava Media
- Dharmmesta, B.S., Irawan 2005. *Manajemen Pemasaran Modern.* Yogyakarta: Liberty.
- Diah, I.,A. 2019. *Metodelogi Penelitian Bisnis.* Palembang:Noer Fikri
- Drumond, Helga, 2006. *Perilaku Konsumen,* Jakarta, Salemba Empat.
- Fandy dan Tjiptono. 2017. *Strategi Pemasaran Edisi 4.* Bandung:
- Fandi dan Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction.* Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Handayani, dan Ririn, 2020. *Metodologi Penelitian Sosial.* Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Helling, L.,S dan Indriyan, F. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Website, Kepercayaan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia, Jurnal riset manajemen, 5(1): 56–68.*
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.* Surabaya: unitomo press.
- Hasan, Iqbal. (2012). *Statistik 1 (Statistik Inferensif).* Jakarta: PT BumiAksara.
- Hasan, Iqbal. (2012) *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya.* Ghalia Indonesia. Bogor.
- Hasan, M Iqbal.. (2015). *Statistik 2 (Statistik Inferensif).* Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Irawan, H. 2021. *Prinsip Kepuasan Pelanggan.* Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Iskandar, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial,* (Jakarta). 145.



- Kotler, P dan Armstrong, N. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran. edisi 12. Jilid 1. terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Kevin, L.,K. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition New
- Kotler, Philip, Armstrong. 2017. *Pemasaran, Edisi pertama*. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler dan Keller. 2017. *Keputusan pembelian dan indikator manajemen pemasaran Jilid 1*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, dan Kevin, L.,K. 2017. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2018. *Principles of marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip And Gary, A. 2018. *Principle Of Marketing*, 17 Global Edition, Pearson Education Limited, New York.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Mohamad, D. 2019 *Metodelogi Riset Pemasaran*. Bojongsukur – Gunung Putri (Bogor): Mitra Wacana Media
- Olivia, I.,D. dan Eddy, M.,S. 2018. *k-Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea di Surabaya*, 6: 121-131
- Permana, A.,I. 2020. *Pengaruh kualitas website , kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap minat beli pelanggan di situs belanja online bukalapak*, jurnal ekonomi bisnis, 25: 94–110.
- Rahmat, M. 2018. *Manajemen E –Commerce*. Bandung: Informatika Bandung
- Rosady, R. 2017. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta, CV.



- Sugiyono, 2019. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)* Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. dan Anastasia, D. 2020. *Pemasaran* : Penerbit Andi Yogyakarta
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta
- Umar, B. Hairudin, dan Maria, S.,A. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung*, 22: 101–118.
- Veronika, M. Bode, L. dan Maria V.J. Tielung. 2022. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa*, 10: 44-55
- Wulandari, Z. P. 2020. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Marketplace Shopee)*, 1(2): 1–14.

## Lampiran 1

### H. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret
1	Penyuluhan Usulan Penelitian						
2	Seminar Usulan Penelitian						
3	Revisi Seminar						