

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA
SHOPEE FOOD DI KECAMATAN ILIR BARAT 1**

KOTA PALEMBANG

SKRIPSI



Nama : Abeliza Ramadhani

Nim : 212021226

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2025/2026

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA
SHOPEE FOOD DI KECAMATAN ILIR BARAT 1
KOTA PALEMBANG

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Nama : Abeliza Ramadhani

Nim : 212021226

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abeliza Ramadhani
NIM : 212021226
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Pengguna Shopee Food Di Kecamatan Ilir Barat
I Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lainkecuali 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, 26 Februari 2025


Abeliza Ramadhani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee
Food Di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota
Palembang

Nama : Abeliza Ramadhani

NIM : 212021226

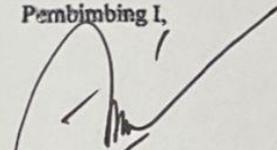
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada tanggal Mei 2025

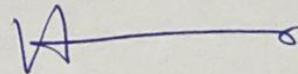
Pembimbing I,



Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si.,

NIDN: 0221036902

Pembimbing II,



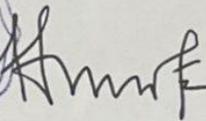
Gumar Herudiansyah, S.E., M.M.

NIDN: 0202039203

Mengetahui,

Dekan

U.b Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si., CHRO

NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto: لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

Artinya, "Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya". (Q.S AL-Baqarah:186)

"Life is short, but every moment holds the power to change the world."

(Hidup ini memang singkat, namun setiap detik sangat berharga dan memiliki potensi untuk mengubah segalanya. Jangan sia-siakan kesempatan untuk berbuat baik kepada diri sendiri maupun orang lain.)

Persembahan:

- ❖ Teruntuk cinta pertama saya
ayahku Endrianop, S.E dan Almh.
ibuku tercinta Dewi Novianti
- ❖ Teruntuk Nenek, Mama Helen, Tante
Henny atas doa dan dukungannya
- ❖ Teruntuk kedua saudara saya
Adhitya Oktariandi S.H dan Athar
Novendri

PRAKATA



Assalammu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah rabbil'alaamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subhannahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan selalu diberi kemudahan dan kelancaran sehingga menjadi faktor terpenting dalam penyelesaian penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee Food di Kecamatan Iir Barat 1 Kota Palembang,”** Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu alaihi wasallam yang dimana beliau telah membawa kita dari zaman yang gelap gulita hanya zaman yang terang-menderang seperti saat ini.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta. Terutama cinta pertama saya yaitu ayahku Endrianop, S.E yang telah berjuang atas jerih payahnya tak pernah mengeluh, memberikan doa dan dukungan tiada henti dalam hal materi ataupun waktu sehingga membuat saya semangat dalam menyelesaikan perkuliahan ini dengan tepat waktu dan alhamdulillah tanpa hambatan.

Teruntuk alm ibuku tercinta yang telah melahirkan, mendidik saya menjadi anak yang kuat dan mandiri, serta memperjuangkan kehidupan yang layak untuk saya dan kedua saudara saya sampai akhir hayatnya. Saya percaya doa yang beliau panjatkan dalam sujudnya selalu mengalir dalam setiap langkah yang saya ambil.

Tak lupa kepada nenek dan kedua tante saya Murniati, Helen Syafaringga S.E MM, Henny Lusya S.E yang senantiasa selalu mendoakan serta yang selalu memberikan semangat serta dukungan tiada henti secara materi maupun nasehat yang memiliki makna besar dalam proses ini.

Keberhasilan penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak oleh karena selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan,

dorongan serta motivasi dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam – dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si., CHRO dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si dan bapak Gumar Herudiansyah, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.
5. Kedua orang tua saya beserta keluarga besar yang telah mendoakan kelancaran setiap proses skripsi saya dan berpartisipasi besar dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai dalam materil, motivasi, waktu, hingga nasihat yang tiada henti.
6. Teman- teman seperjuangan saya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, Dengan penuh rasa syukur, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada teman-teman seperjuangan saya yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat tiada henti sepanjang proses penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto Dan Persembahan	v
Prakata.....	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Table.....	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Rumusan masalah	8
C. Tujuan penelitian.....	9
D. Manfaat penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka.....	11
B. Penelitian sebelumnya.....	20
C. Kerangka pemikiran	25
D. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis penelitian	27
B. Lokasi penelitian	28
C. Operasionalisasi variabel	29
D. Populasi dan sampel.....	30
E. Data yang diperlukan	32

F. Metode pengumpulan data	32
G. Analisis data dan teknik analisis	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil penelitian	44
B. Pembahasan hasil penelitian	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Simpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Hasil Pra Riset	6
Tabel III.1 Operasional Variabel	29
Tabel IV.1 Karakteristik Jenis Kelamin.....	45
Tabel IV.2 Karakteristik Usia	46
Tabel IV.3 Frekuensi Penggunaan	47
Tabel IV.5 Jawaban Responden Variabel Y	48
Tabel IV.6 Jawaban Responden Variabel X1	49
Tabel IV.7 Jawaban Responden Variabel X2.....	50
Tabel IV.8 Jawaban Responden Variabel X3	51
Tabel IV.9 Jawaban Responden Variabel X4	52
Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel IV.11 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel IV.12 Analisis Regresi Linear Berganda	55
Tabel IV.13 Hasil Uji F.....	57
Tabel IV.14 Hasil Uji T.....	58
Tabel IV.15 Koefisien Determinasi.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data GMV <i>Food Delivery</i>	4
Gambar II. 2 Kerangka Pemikiran	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	91
Lampiran 2 Sistematika Penulisan.....	92
Lampiran 3 Kuesioner.....	94
Lampiran 4 Hasil Jawaban Kuesioner.....	97
Lampiran 5 Frekuensi Identitas Responden	103
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	104
Lampiran 7 Hasil Frekuensi Jawaban Responden	110
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	116
Lampiran 9 F Tabel.....	117
Lampiran 10 T Tabel.....	118
Lampiran 11 R Tabel.....	119
Lampiran 12 Surat Keterangan Riset	120
Lampiran 13 Kartu Aktivitas Bimbingan.....	121
Lampiran 14 <i>Plagiarism Checker</i>	122
Lampiran 15 Surat Keterangan BPP	123
Lampiran 16 Fotocopy Sertifikat AIK	124
Lampiran 17 Fotocopy Sertifikat Komputer	125
Lampiran 18 Fotocopy Sertifikat Pelatihan Digital Marketing	127
Lampiran 19 Fotocopy Sertifikat Pelatihan Digital Marketing (PT. Gojek).....	128
Lampiran 20 Fotocopy Sertifikat Social Media Management	129
Lampiran 21 Fotocopy Sertifikat Product Development Manager	130
Lampiran 22 Fotocopy Sertifikat Pelatihan SPSS	131
Lampiran 23 Biodata Peneliti	132

ABSTRAK

Abeliza Ramadhani/ 212021226, Yudha Mahrom Ds, Gumar Herudiansyah, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee Food di Kecamatan ilir barat 1 Kota Palembang

Penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang ada bagaimana kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, tangible*) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna Shopee Food di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, tangible*) mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna Shopee Food di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang secara simultan dan parsial. Jenis penelitian ini menggunakan asosiatif. Tempat penelitian dilakukan di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang. Data utama yang digunakan data primer. Metode pengumpulan data kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji T, koefisien determinasi menggunakan aplikasi *Statistic Program For Special Science (SPSS) 25 Version*. Hasil penelitian secara simultan menyatakan bahwa kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, tangible*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee Food di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang. Secara parsial *reliability, responsiveness, assurance, tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Kata Kunci: *Reliability, Responsiveness, Assurance, Tangible*

ABSTRAK

***Abeliza Ramadhani/ 212021226, Yudha Mahrom Ds, Gumar Herudiansyah,
The Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction of Shopee Food Users
in Ilir Barat 1 District, Palembang City***

This research aims to answer the problem of how service quality (reliability, responsiveness, assurance, tangible) can affect customer satisfaction among Shopee Food users in Ilir Barat 1 District, Palembang City. The purpose of this study is to determine the simultaneous and partial effect of service quality (reliability, responsiveness, assurance, tangibles) on consumer satisfaction among Shopee Food users in Ilir Barat 1 District, Palembang City. This study uses an associative research type. The research was conducted in Ilir Barat 1 District, Palembang City. The primary data used in this research was collected using a questionnaire. The data analysis technique used in this study was Multiple Linear Regression, F-test, and T-test, coeficiant determination with the Statistical Program for Social Science (SPSS) Version 25. The research results show that, simultaneously, service quality (reliability, responsiveness, assurance, tangibles) has a significant effect on customer satisfaction among Shopee Food users in Ilir Barat 1 District, Palembang City. Partially, reliability, responsiveness, assurance, and tangibles have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keyword: Reliability, Responsiveness, Assurance, Tangible

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis yang berkembang pesat serta seiring dengan kemajuan teknologi yang mendukung. Hal ini telah mengubah banyak aspek dalam kehidupan kita sehari-hari sehingga sangat ketergantungan terhadap teknologi. Mulai dari alarm bangun tidur pada smartphone, berkomunikasi jarak jauh, membaca berita di media sosial, konsultasi kesehatan, layanan pendidikan, memesan transportasi online, berbelanja kebutuhan serta pemesanan makanan secara online dan masih banyak lainnya. Inovasi pemesanan makanan secara online telah menjadi fenomena yang sangat diterima oleh masyarakat.

Perubahan pola konsumsi ini muncul sebagai respons positif terhadap kemajuan teknologi dan kebutuhan manusia. Aplikasi pemesanan makanan, pengguna bisa memilih makanan yang diinginkan, memesan, hingga membayar hanya melalui beberapa sentuhan layar ponsel. Perkembangan ini tidak hanya menawarkan kemudahan, tetapi juga merubah cara masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Layanan pemesanan makanan secara online menawarkan kemudahan bagi pengguna dari berbagai usia. Anak-anak hingga dewasa dapat menggunakan aplikasi tersebut karena ramah pengguna (*user friendly*) lalu tampilannya dirancang sederhana dan praktis.

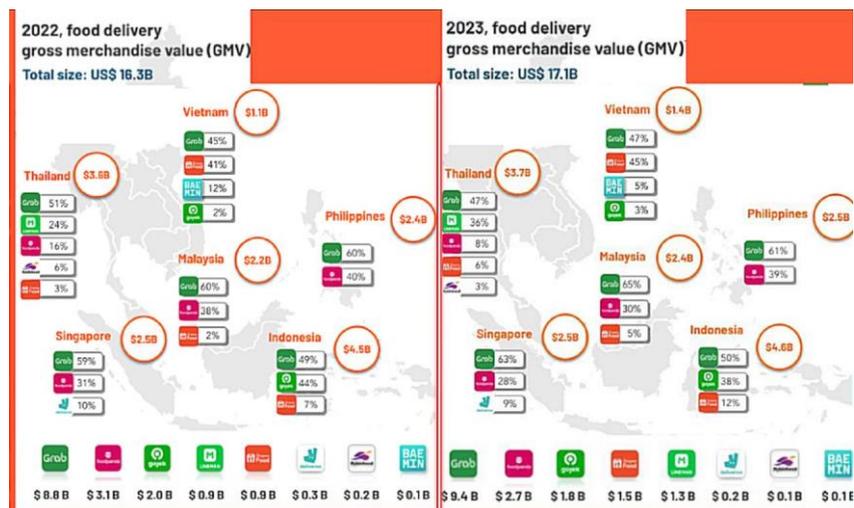
Hadirnya aplikasi pemesanan makanan (*food delivery*) sekarang konsumen dapat menghemat banyak waktu yang sebelumnya digunakan untuk keluar rumah, mengantri, bahkan menunggu makanan siap. Konsumen yang memiliki jadwal padat, terutama pekerja kantoran dan pelajar dengan adanya layanan ini dapat memungkinkan mereka untuk tetap produktif sambil menunggu makanan tiba. Menurut Lupiyoadi dalam Shoif Hidayat (2021) Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan, kesehatan, atau pemecahan atas masalah yang dimiliki konsumen.

Kualitas jasa yang baik dapat di nilai dari layanan yang di tawarkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan adalah penyampaian layanan sebuah perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Semakin banyak pengguna layanan *food delivery* maka kualitas pelayanan menjadi perhatian khusus dalam memenangkan persaingan. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Meithiana Indrasari, (2019:61) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Pelayanan yang baik sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen maka dari itu setiap perusahaan penyedia jasa harus mampu mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanannya.

Menurut Atmaja dalam Jeany & Siagian (2020:15) terdapat beberapa indikator atau dimensi kualitas pelayanan yakni *Tangible* atau fakta langsung adalah sebuah adanya kualitas pelayanan yang dapat berupa sarana fisik dalam pekantoran, komputerisasi sebuah administrasi, ruang tunggu, tempat informasi. *Reliability* atau keandalan adalah adanya sebuah kemampuan dan keandalan yang dapat untuk menyediakan sebuah pelayanan yang dapat dipercaya. *Responsiveness* atau kemampuan tanggapan adalah kesanggupan yang dapat untuk membantu dan juga menyediakan sebuah pelayanan dengan baik dan tepat dan serta adanya tanggap terhadap keinginan konsumen, *Assurance* atau tanggungan adalah terhadap sebuah kemampuan dan keramahan serta sopan dalam santun pegawai dapat meyakinkan bahwa kepercayaan terhadap konsumen, *Empathy* atau empati adalah sikap yang tegas akan tetapi sebuah perhatian dari seorang pegawai terhadap konsumen.

Kelima dimensi tersebut memiliki keterikatan dan saling mempengaruhi satu sama lain yang sama pentingnya. Keberhasilan suatu pelayanan sangat berdampak jika salah satu indikator di atas lemah. Oleh karena itu setiap perusahaan penyedia layanan jasa harus mengevaluasi secara berkala dan memastikan bahwa tidak ada yang bermasalah sehingga menciptakan kepuasan serta pengalaman konsumen yang positif dalam menggunakan layanan tersebut. Kualitas pelayanan jasa sangat penting dalam memenuhi harapan dan ekspektasi konsumen agar terciptanya rasa puas.

Menurut Philip Kotler dan Kane Keller dalam Meithiana Indrasari (2019:82) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pada konsumen ialah kualitas pelayanan. Pelayanan yang cepat, efisien, ramah dapat menghasilkan pengalaman positif pada konsumen sehingga dapat memungkinkan konsumen melakukan pembelian kembali serta merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.



Sumber : <https://katadata.co.id/>

Gambar I.1

Data GMV Food Delivery Tahun 2023

Shopee adalah *platform* layanan jual beli secara online yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 di Singapura, sejak itu memperluas jangkauannya di negara asia lainnya termasuk salah satunya ialah Indonesia. Berdasarkan *Business Of Apps* Shopee memiliki 295 juta

pengguna pada tahun 2023, pasar tunggal terbesarnya adalah Indonesia dengan 103 juta pengguna. Pada bulan April 2020, Shopee Indonesia mulai mempromosikan penjualan makanan siap saji ketiga yang bersaing dengan Go-food dan Grabfood. Layanan tersebut diberi nama ShopeeFood sebagai marketplace *Consumer To Consumer (C2C)* dan *Business To Consumer (B2C)* yang memfasilitasi para pebisnis dalam penjualan produk kepada konsumen. Tetapi Shopee juga membuka peluang untuk konsumen itu sendiri dapat menjadi seorang penjual. Ketertarikan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian ialah salah satunya kualitas pelayanan.

Semakin banyaknya peminat pengguna layanan pemesanan makanan online membuat ShopeeFood diuntut untuk memberikan layanan cepat, efisien, dan terjangkau agar terciptanya kepuasan pada konsumen. Berdasarkan tabel 1.1 ShopeeFood sudah tersebar sangat luas di Asia Tenggara. Negara Indonesia sendiri menjadi pengguna aplikasi Shopee terbanyak dan sebagai pasar tunggal terbesar. Menurut data di atas menunjukkan bahwa persentase total pendapatan marketplace dari hasil belanja (*gross merchandise value*). Berfokus pada potensi perubahan pasar serta berbagai tantangan ShopeeFood pada tahun 2023 mengalami peningkatan 5% dari tahun sebelumnya namun peningkatan tersebut tidak mengubah data yang menyatakan bahwa layanan ShopeeFood sendiri memiliki persentase paling kecil yaitu 12% dari GMV Indonesia tahun 2023. Sedangkan persentase Grabfood menduduki posisi teratas dengan

50% dan Gofood berada pada urutan kedua 38%. Peneliti melakukan wawancara observasi kepada beberapa orang yakni masyarakat Kota Palembang yang sering menggunakan layanan jasa ShopeeFood.

Adapun pernyataan sebagai berikut, fitur terbaru Shopeefood yaitu penggabungan orderan konsumen yang memiliki tujuan pengantaran satu arah bukan hanya 2 orderan saja bahkan fitur ini dapat menggabungkan 3 orderan sekaligus membuat pesanan sangat lama di antar (*Reliability*), Pelayanan *customer service* yang tidak baik di karenakan tidak merespon keluhan konsumen (*Assurance*), Kemasan produk yang di terima konsumen belum sesuai standar bahkan ada terdapat kemasan yang bocor dan segel makanan telah terbuka (*Tangible*). Setelah di lakukan observasi tersebut maka muncul fenomena-fenomena berdasarkan pada variabel kualitas pelayanan. Maka selanjutnya peneliti melakukan pra riset terhadap 30 responden yakni konsumen yang sudah pernah bahkan sering menggunakan layanan ShopeeFood di Kecamatan Ilir Barat 1.

Tabel I.1

Alasan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Shopee Food

Alasan	Setuju	Tidak Setuju
1. Foto makanan di aplikasi sesuai dengan produk aslinya (<i>Reliability</i>)	12	18
2. Fitur gabungan order mempermudah konsumen (<i>Reliability</i>)	8	22
3. Pesanan selalu di antarkan oleh driver (<i>Reliability</i>)	10	20
4. Driver <i>fast respon</i> saat di hubungi (<i>Responsiveness</i>).	14	16
5. Driver tidak pernah membatalkan orderan (<i>Responsiveness</i>)	5	25
6. <i>Costumer service</i> merespon keluhan konsumen (<i>Assurance</i>)	14	16
7. Penggunaan kemasan sudah sesuai (<i>Tangibel</i>)	15	15
8. Pesanan konsumen diberi segel agar aman (<i>Tangibel</i>)	7	23
jumlah	30	30

Sumber : Wawancara prariset 2024

Berdasarkan hasil pra riset di atas dapat diidentifikasi adanya masalah yang memunculkan variabel sebagai berikut. Pernyataan pada tampilan foto makanan pada aplikasi yang sesuai dengan produk aslinya pada saat diterima oleh konsumen, fitur gabungan order mempermudah konsumen menggambarkan indikator variabel keandalan (*Reliability*) yang dimana sebagian responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Pentingnya penampilan fisik yang baik serta sesuai dengan produk aslinya akan membuat konsumen merasa percaya dan puas atas.

Kemasan yang digunakan memenuhi standar kesehatan, pesanan yang diberi segel agar aman menggambarkan indikator variabel (*tangible*) namun bebrapa responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sangat penting bagi para penjual untuk lebih memilih kemasan yang memenuhi standar kesehatan dan keamanan untuk produk makanan atau minuman. Pelayanan *customer service* yang merespon keluhan konsumen pernyataan

berikut menggambarkan indikator (*Assurance*) hanya ada beberapa responden yang tidak setuju namun pihak Shopee tetap harus mengevaluasi. Sebaiknya pihak Shopee lebih responsif terhadap keluhan konsumen. Driver *fast respon* saat dihubungi, serta driver tidak pernah membatalkan orderan secara sepihak tanpa pemberitahuan alasannya. Pernyataan berikut menggambarkan indikator (*Responsiveness*) sebagian besar responden tidak menyetujui pernyataan tersebut. Dalam hal ini seharusnya fitur chat dalam ShopeeFood menjadi media komunikasi 2 arah antara konsumen dengan driver.

Berdasarkan fenomena di atas maka penulis melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna ShopeeFood Di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang”.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *tangible* terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeeFood di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang?
2. Adakah pengaruh *reliability* terhadap terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeeFood di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang?
3. Adakah pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeeFood di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang?
4. Adakah pengaruh *assurance* terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeeFood di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang?

5. Adakah pengaruh *tangible* terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeeFood di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang?

C. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *tangible* dan *emphaty* terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeeFood di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeeFood di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeeFood di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeeFood di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang.
5. Untuk mengetahui pengaruh *tangible* terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeeFood di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang.
6. Untuk mengetahui pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeeFood di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Dengan hasil dari penelitian ini penulis dapat menambah pengetahuan dan pengalaman untuk menerapkan teori yang sudah dipelajari di materi perkuliahan ini kedalam studi kasus yang lebih spesifik.

2. Bagi Almamater (Universitas Muhammadiyah Palembang)

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber dan referensi bagi mahasiswa lain atau bahan pembandingan bagi semua mahasiswa yang akan mengambil judul yang sama untuk bahan penelitiannya.

3. Bagi ShopeeFood

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi driver maupun mitra ShopeeFood untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta menjadi lebih baik lagi

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46-55.
- Angka, A. F. S. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT Wom Finance. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 8(1), 91-100.
- Arinda, A. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien rawat inap rumah sakit umum DR. Gl. Tobing Tanjung morawa*. Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan 1-11.
- Asiati, D. I., Fitriah, W., Safitri, E., & Nurahmi, M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri.
- Azim Azwa (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pizza Hut Delivery Sukatani Kenten Palembang. *Skripsi*
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. I. (2015). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hidayat, W. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Go Food Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *Skripsi. Program Studi Ekonomi Islam dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.
- Indrasari Meithiana. (2019), Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press.
- Jeany, Mauli Siagian (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi, 7(3), 330–341.
- Martha, L., & Jordan, R (2022). Pengaruh Tangible, Emphaty, Responsiveness, Assurance, dan Reliability Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Bunda Padang. *Jurnal Ilmiah Multi disiplin*, Vol.1, 1488-1503.
- Rahmayanti, P. L. D., & Ekawati, N. W. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan menggunakan online food delivery service di bali. *Jurnal manajemen dan bisnis equilibrium*, 7(2), 125-138

- Salengo, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Food Pada Pt Gojek* (Doctoral dissertation, 021008 Universitas Tridianti Palembang).
- Sahri, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Desa Alam Panjang Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Shoif, H. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Tiket Pada Kereta Api Brantas Jurusan Semarang–Brebes. *Skripsi*
- Sihombing, F. D. R., & Mardhiyah, A. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood Di Kota Medan. *Trans ekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(1), 68-82.
- Sinaga, J. E., & Simatupang, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Food Di Kota PematangSiantar (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Pematangsiantar). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 1(1), 18-32.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada grabfood (studi wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1).
- Syafrida, H. S. (2021). *Metodologi Penelitian*, Penerbit KBM Indonesia, Jawa Timur.
- Tjiptono Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa* (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., Chandra, & Gregorius. (2019). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Wardani, T. U. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek (studi kasus mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)
- Wulandari, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minimarket Indomaret Di kecamatan sebrang ulu II. *Skripsi*

Yetri Novita Sari, Y. N. S. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lettisia ganti salon & bridal di kota jambi* (Doctoral dissertation, Universitas Batanghari).