

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI BLIBLI
DI KECAMATAN KALIDONI**

SKRIPSI



**Nama : Ramadhan Abdi Saputra
NIM : 212020017**

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

2025

Skripsi

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN APLIKASI BLIBLI DI KECAMATAN KALIDONI**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



**Nama : Ramadhan Abdi Saputra
NIM : 212020017**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PRODI MANAJEMEN
2025**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ramadhan Abdi Saputra

NIM : 212020017

Konsentrasi : Pemasaran

Judul penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat 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.
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 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, 19 April 2025


METER
TEMPER
BETC2AMX305704180
Ramadhan Abdi Saputra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Univesitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Pelanggan Aplikasi Blibli di kecamatan kalidoni
Nama : Ramadhan Abdi Saputra
NIM : 212020017
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal, Mei 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Yudha Mahrom, DS., S.E., M.Si
NIDN : 0221036902



Gumar Herudiansyah, S.E., M.M
NIDN : 0202039203

Mengetahui,

Dekan

H. b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zuleha Trihandayani, S.E., M.Si., CHRO
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 Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni 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 orang tua (Ayah dan Ibu) yang do'a dan bantuannya secara moril maupun materil memiliki makna besar dalam proses ini. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Yudha Mahrom, DS,S.E.M.Si dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E. M.M 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. Bapak Dr. Yudha Mahrom, DS.,S.E., M.Si dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E. M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
- e. Gumar Herudiansyah, S.E. M.M selaku Pembimbing Akademik.
- f. Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

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, Mei 2025

Ramadhan Abdi Saputra

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penulisan.....	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
B. Penelitian Sebelumnya.....	18
C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian	28
B. Lokasi Penelitian.....	29
C. Operasionalisasi Variabel	29
D. Populasi dan Sample Penelitian.....	30
E. Data yang diperlukan	31
F. Teknik Pengumpulan Data	32
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis Data	32
BAB IV	40
A. Hasil Penelitian.....	40
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	53

BAB V.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	59
Daftar Pustaka.....	60
Lampiran	62

DAFTAR TABEL

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

DAFTAR GAMBAR

Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan

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

Ramadhan Abdi Saputra / 212020017 / 2025 / Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Blibli Di Kecamatan Kalidoni.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni. Jenis penelitian ini adalah asosiatif, dengan variabel yang di gunakan adalah kepuasan pelanggan (Y), kualitas pelayanan (X). 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 secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni. Sedangkan dalam uji secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Ramadhan Abdi Saputra / 212020017 / 2025 / The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction of Applications Blibli in Kalidoni District.

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction of the Blibli application in Kalidoni District. This type of research is associative, with the variables used being customer satisfaction (Y), service quality (X). The number of samples in this study was 100 respondents taken by purposive sampling. The data used are primary data with data collection methods using questionnaires. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, F and t hypothesis tests, coefficient of determination. The results of this study indicate that service quality simultaneously has a significant effect on customer satisfaction of the Blibli application in Kalidoni District. While in the partial test, service quality has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di masa 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 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 2020:37).

Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi Menurut Indrasari (2019:87-88) terdapat beberapa faktor pendorong utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu : kualitas produk, harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan, Menurut Indrasari (2019:92) indikator kepuasan pelanggan Kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali, Kesiediaan merekomendasikan.

Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017:65) adalah sebagai berikut: (Reliability, kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat Responsiveness, kesiediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat, *Assurances*, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga peserta percaya dan yakin

Empathy, perhatian individual terhadap pelanggan *Tangibles*, penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana).

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. Berdasarkan Top Brand Index (TBI) tahun 2024, Shopee.co.id merupakan merek aplikasi online shop terbaik dengan TBI sebesar 50,50. Selain Shoope, beberapa aplikasi yang populer di Indonesia adalah: Blibli.com, Tokopedia, Lazada, 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.

Blibli merupakan salah satu pasar daring (online marketplace) terkemuka di Indonesia (biasa dikenal juga dengan jaringan toko daring) yang dimiliki dan dijalankan oleh PT. Blibli. Seperti halnya situs layanan jual beli daring (online) dengan model bisnis *customer-to-customer* (C2C), Blibli 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.

Market place sekarang memang banyak dilirik oleh masyarakat Indonesia bahkan tidak mengenal kata usia karena banyak para orang tua 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.

Tabel 1.1
Rata – rata jumlah kunjungan 5 E–Commerce terbesar di indonesia
Pada Bulan 2024

	Situs Web (Juta visitor perbulan di Indonesia)	Aplikasi (Juta visitor per bulan di Indonesia)	Total (Juta visitor per bulan di Indonesia)
Shopee	126,99 jt	834,52 jt	961,51 jt
Tokopedia	147,79 jt	244,34 jt	392,13 jt
Lazada	27,67 jt	349,37 jt	377,04 jt
Bukalapak	29,46 jt	749,72 jt	79,18 jt
Blibli	18,44 jt	10,33 jt	28,77 jt

Sumber: data SimilarWeb,dikutip Bisnis.com

Perhitungan ini merupakan perhitungan sederhana dengan basis paling konservatif, di mana satu *unique* DAU diasumsikan hanya mengunjungi app *e-commerce* sekali per hari--meski aslinya bisa jadi lebih besar dari itu karena aktivitas pengguna sama yang berulang di app tersebut. Melalui perhitungan itu, Shopee berada di posisi pertama dalam hal jumlah total unduhan app dan total pengguna aktif bulanan, di mana *e-commerce* lain mencetak angka di bawahnya. Tokopedia ada di posisi kedua dengan total 392,13 juta kunjungan

dari web dan app per bulan, disusul Lazada dengan 377,04 juta, Bukalapak dengan 79,18 juta dan Blibli dengan 28,77 juta kunjungan,

Pada bulan November 2024 peneliti melakukan riset pendahuluan dengan melakukan wawancara langsung terhadap para pengguna aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni yang berjumlah 30 responden. Dalam wawancara tersebut responden memberikan keluhan mengenai pelayanan terhadap kepuasan di aplikasi blibli. Dari hasil wawancara tersebut masih banyak pengguna aplikasi Blibli yang menyatakan belum sepenuhnya terpuaskan atas pelayanan yang di berikan oleh aplikasi Blibli.

Berdasarkan hasil observasi tampak pernyataan-pernyataan para pengguna aplikasi Blibli terhadap kualitas pada aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni dari 30 responden yang di wawancarai adalah sebagai berikut.

Waktu pengembalian yang lambat tidak sesuai yang dijanjikan ada 16 dari 14 orang yang mengatakan hal tersebut. Pelayanan customer service yang kurang tanggap ada 14 dari 16 orang yang mengatakan hal tersebut. Kesalahan sistem pembayaran ada 15 dari 15 orang yang mengatakan hal tersebut. Kurangnya dukungan layanan terhadap pelanggan ada 10 dari 20 orang yang mengatakan hal tersebut. Tampilan aplikasi kurang menarik ada 15 dari 15 orang yang mengatakan hal tersebut. Ada 23 dari 7 orang yang kurang puas karena produk yg di beli tidak sesuai harapan konsumen. Ada 20 dari 10 yang kurang puas terhadap suatu barang dan tidak akan membeli produk lainnya karena barang tidak sesuai. Ada 25 dari 5 yang tidak puas dengan aplikasi blibli dan tidak akan merekomendasikan ke orang lain untuk berbelanja di blibli.

Tabel 1.2
Hasil Pra Riset Kualitas Pelayanan, Reliability, Responsive, Assurance, emphaty dan Tangible Terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Survey	Setuju	Tidak Setuju	Jumlah
1.	Memberikan pengembalian barang yang cepat (reliability)	14	16	30
2.	Memberikan kualitas pelayanan yang lebih tanggap (responsiveness)	14	16	30
3.	Mempermudah sistem pembayaran (assurance)	15	15	30
4.	Memberikan dukungan layanan yang lebih efektif (emphaty)	10	20	30
5.	Memberikan tampilan aplikasi yang lebih menarik (tangible)	15	15	30
6.	Merasa puas karena produk Blibli yang dibeli sesuai harapan	7	23	30
7.	Merasa puas dan akan melakukan pembelian untuk produk lain di Blibli	10	20	30
8.	merasa puas dan akan mengajak orang lain berbelanja di Blibli	5	25	30
Jumlah		30 Responden		

Sumber : Prariset wawancara 2024

Berdasarkan tabel 1.2 diatas maka dapat di jelaskan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis dimana menurut sebagian pengguna aplikasi Blibli pernyataan ”Memberikan pengembalian barang yang cepat” cukup banyak respon yang tidak setuju pernyataan tersebut, perbandingan dari 30 responden yang menjawab, 16 responden yang menjawab tidak setuju dan 14 responden menjawab setuju. Pernyataan ini menggambarkan variabel kehandalan (*reliability*).

Pada pernyataan "Memberikan kualitas pelayanan yang lebih tanggap" cukup banyak respon yang tidak setuju pernyataan tersebut, perbandingan dari 30 responden yang menjawab, 16 responden yang menjawab tidak setuju dan 14 responden menjawab setuju. Pernyataan ini menggambarkan variabel Daya Tanggap (*responsiveness*)

Pada pernyataan" Mempermudah sistem pembayaran" cukup banyak respon yang tidak setuju pernyataan tersebut, perbandingan dari 30 responden yang menjawab, 15 responden yang menjawab tidak setuju dan 15 responden menjawab setuju. Pernyataan ini menggambarkan Variabel Jaminan (*Assurance*).

Pada pernyataan" Memberikan dukungan layanan yang lebih efektif" cukup banyak respon yang tidak setuju pernyataan tersebut, perbandingan dari 30 responden yang menjawab, 20 responden yang menjawab tidak Setuju dan 10 responden menjawab setuju. Pernyataan ini menggambarkan variabel Empati (*Emphaty*).

Pada pernyataan " Memberikan tampilan aplikasi yang lebih menarik " cukup banyak respon yang tidak setuju pernyataan tersebut, perbandingan dari 30 responden yang menjawab, 15 responden yang menjawab tidak Setuju dan 15 responden menjawab setuju. Pernyataan ini menggambarkan variabel Bukti Fisiki (*Tangible*).

Pada pernyataan " Merasa puas karena produk blibli yang dibeli sesuai harapan " cukup banyak respon yang tidak setuju pernyataan tersebut, perbandingan dari 30 responden yang menjawab, 23 responden yang

menjawab tidak Setuju dan 7 responden menjawab setuju. Pernyataan ini menggambarkan Kesesuaian Harapan.

Pada pernyataan ” Merasa puas dan akan melakukan pembelian untuk produk lain di blibli ” cukup banyak respon yang tidak setuju pernyataan tersebut, perbandingan dari 30 responden yang menjawab, 20 responden yang menjawab tidak Setuju dan 10 responden menjawab setuju. Pernyataan ini menggambarkan Minat Berkunjung Kembali.

Pada pernyataan ” Merasa puas dan akan mengajak orang lain berbelanja di blibli ” cukup banyak respon yang tidak setuju pernyataan tersebut, perbandingan dari 30 responden yang menjawab, 25 responden yang menjawab tidak Setuju dan 5 responden menjawab setuju. Pernyataan ini menggambarkan Kesiediaan Merekomendasikan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka rumusan masalah yang diajukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible*) kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni?
2. Adakah pengaruh kehandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni?

3. Adakah pengaruh daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni?
4. Adakah pengaruh jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni?
5. Adakah pengaruh empati (*Emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni?
6. Adakah pengaruh bukti fisik (*Tangible*) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible*) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni.
2. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni.
4. Untuk mengetahui pengaruh jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni.
5. Untuk mengetahui pengaruh empati (*Emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni.

6. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik (*Tangible*) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya:

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Blibli di Kecamatan Kalidoni.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan berguna dan pertimbangan yang bermanfaat bagi pihak terkait untuk lebih mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

3. Lokasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan bagi ilmu pengetahuan, serta dapat menjadikan acuan atau kajian bagi penulisan yang akan datang terhadap topik yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, R. 2018. *Kepuasan Pelanggan*: 10–27.
- 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:NoerFikri
- Drumond, Helga, 2006. *Perilaku Konsumen*, Jakarta, Salemba Empat.
- Fandy dan Tjiptono. 2017. *Strategi Pemasaran Edisi 4*.Bandung:
- Handayani, dan Ririn, 2020. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press.
- Hasan, Iqbal. (2012). *Statistik 1 (Statistik Inferensif)*. Jakarta: PT BumiAksara.
- Hasan, Iqbal. (2012)*Pokok-PokokMateriMetodologi 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, Philip & Gary Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta
- 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

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality". *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- 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