

**TINJAUAN *E-SERVICE QUALITY* SHOPEE PADA
MAHASISWA D3 MANAJEMEN PERDAGANGAN FEB UNP**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi (DIII)
Manajemen Perdagangan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelara Ahli Madya*



Oleh:

IGO ALDA YUDISTIA

19134037

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2024**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**TINJAUAN E-SERVICE QUALITY SHOPEE PADA MAHASISWA D3
MANAJEMEN PERDAGANGAN UNP**

Nama : Igo Alda Yudistia
NIM : 19134037
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 26 Juli 2023

Diketahui Oleh

Ketua Prodi

D3 Manajemen Perdagangan

Disetujui Oleh

Pembimbing



Yuki Fitria SE, MM
NIP.19820722 201012 2 002



Yuki Fitria SE, MM
NIP.19820722 201012 2 002

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**TINJAUAN E-SERVICE QUALITY SHOPEE PADA MAHASISWA D3
MANAJEMEN PERDAGANGAN UNP**

Nama : Igo Alda Yudistia
NIM : 19134037
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 26 Juli 2023

Diketahui Oleh

Disetujui Oleh

Ketua Prodi

Pembimbing

D3 Manajemen Perdagangan



Yuki Fitria SE, MM
NIP.19820722 201012 2 002



Yuki Fitria SE, MM
NIP.19820722 201012 2 002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Igo Alda Yudistia
NIM : 19134037
Tempat/Tgl.Lahir : Sawahlunto, 24 Juli 2000
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Alamat : Muarokalaban, Kec.Silungkang, Kota Sawahlunto
Judul Tugas Akhir : Tinjauan E-Service Quality Shopee Pada Mahasiswa
D3 Manajemen Perdagangan FEB UNP

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir saya ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang di tulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas akhir ini sah apabila telah ditanda tangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang , Juli 2023

Igo Alda Yudistia
NIM 19134037

ABSTRAK

**Igo Alda Yudistia : Tinjauan E-Service Quality Shopee Pada Mahasiswa D3
Manajemen Perdagangan FEB UNP**
Pembimbing : Yuki Fitria SE, MM

Perkembangan internet yang pesat di Indonesia telah membuktikan bahwa internet telah menjadi sebuah fenomena yang mengubah gaya hidup masyarakat secara luas. Hal ini memungkinkan segala aktivitas masyarakat, termasuk berbelanja, dapat dilakukan secara online. Salah satu platform e-commerce yang paling banyak dikunjungi di Indonesia adalah Shopee, menduduki posisi kedua. Pada masa persaingan yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi faktor penentu utama bagi eksistensi perusahaan atau industri yang berorientasi pada konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi e-service quality aplikasi Shopee dari perspektif mahasiswa Universitas Negeri Padang, khususnya jurusan Manajemen Perdagangan. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert kepada 70 responden mahasiswa. Peneliti menerapkan metode Tingkat Capaian Responden (TCR) dan menganalisis data sampel di Ms. Excel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-service quality aplikasi Shopee, menurut tinjauan responden, menghasilkan kategori yang beragam. Faktor kontak masuk dalam kategori sangat baik dengan rata-rata skor 4,48, sedangkan efisiensi (rata-rata skor 4,31), privasi (rata-rata skor 4,44), responsivitas (rata-rata skor 4,43), dan kompensasi (rata-rata skor 4,40) dinilai baik. Namun, untuk faktor fulfillment (rata-rata skor 3,90) dan system availability (rata-rata skor 3,89), penilaian berada dalam kategori cukup baik. Total nilai rata-rata dari semua indikator adalah 4,6, dengan Target Completion Rate (TCR) sebesar 85%. Ini menunjukkan bahwa secara umum, Shopee memiliki kinerja yang baik dalam memenuhi standar yang ditetapkan, dengan indikator-indikator utama seperti efisiensi, privasi, responsivitas, dan kompensasi berada pada tingkat yang memuaskan. Evaluasi keseluruhan masih tetap baik, menunjukkan bahwa secara keseluruhan, Shopee memiliki kinerja yang memuaskan dalam menyediakan layanan e-commerce kepada pengguna. Dengan demikian, penelitian ini merekomendasikan beberapa pelayanan yang perlu mendapat perhatian dan perbaikan agar dapat memberikan kepuasan pelanggan yang maksimal. Hal ini bertujuan agar perusahaan tetap berdaya saing dan mampu mempertahankan kualitas pelayanan yang baik tanpa mengalami kerugian atau penurunan kualitas.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, *e-commerce*, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

Igo Alda Yudistia : *Review of Shopee E-Service Quality For D3 Trade Management Student at FEB UNP*

Pembimbing : *Yuki Fitria SE, MM*

The rapid development of the internet in Indonesia has proven that it has become a phenomenon that profoundly impacts the lifestyle of society. This enables various activities, including shopping, to be conducted online. One of the most visited e-commerce platforms in Indonesia is Shopee, holding the second position. In an increasingly competitive environment, service quality becomes the primary determinant for the existence of consumer-oriented companies or industries. Therefore, this research aims to evaluate the e-service quality of the Shopee application from the perspective of students at Universitas Negeri Padang, especially those in the Department of Trade Management. Data for this research were collected through the distribution of questionnaires using a Likert scale to 70 student respondents. The researcher applied the Respondent Achievement Level (TCR) method and analyzed sample data in Ms. Excel.

The research results indicate that the e-service quality of the Shopee application, according to the respondents' perspectives, yields various categories. The contact factor falls into the "very good" category with an average score of 4.48, while efficiency (average score of 4.31), privacy (average score of 4.44), responsiveness (average score of 4.43), and compensation (average score of 4.40) are rated as good. However, for the fulfillment factor (average score of 3.90) and system availability (average score of 3.89), the ratings fall into the "fairly good" category. The total average score of all indicators is 4,6, with a Target Completion Rate (TCR) of 85%. This indicates that overall, Shopee has performed well in meeting established standards, with key indicators such as efficiency, privacy, responsiveness, and compensation at satisfactory levels. Evaluation remains good, indicating that overall, Shopee has performed satisfactorily in providing e-commerce services to users. Thus, this research recommends several services that need attention and improvement to provide maximum customer satisfaction. This is aimed at enabling the company to remain competitive and maintain good service quality without experiencing losses or a decline in quality.

Keyword: *e-service quality, e-commerce, customer satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan berkah serta rahmat-Nya. Tak lupa sholawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “TINJAUAN *E-SERVICE QUALITY* SHOPEE PADA MAHASISWA D3 MANAJEMEN PERDAGANGAN FEB UNP”.

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak dapat terselesaikan baik dan benar. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan untuk kelancaran setiap urusan
2. Bapak Perengki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Yuki Fitria SE, MM. Selaku Ketua Prodi DIII Manajemen Perdagangan Universitas Negeri Padang dan Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan masukan dan saran-saran serta petunjuk yang sangat berharga bagi penulis.
4. Rekan-rekan seperjuangan dibangku perkuliahan khususnya Program study DIII Manajemen Perdagangan.

5. Kepada para responden kusioner penelitian Tinjauan E-Service quality pada aplikasi Shoppe.
6. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan menyempurnakan penulisan tugas akhir ini ini dan memberikan manfaat bagi penulis, pembaca dan peneliti selanjutnya.

Padang, Juli 2023

Igo Alda Yudistia

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	11
A. Latar Belakang Masalah	11
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Kualitas Layanan	17
B. E-Serveice Quality	18
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
C. Tahapan Penelitian	23
D. Populasi dan Sampel	24
E. Jenis Sumber Data	25
F. Teknik Pengumpulan Data	25
G. Instrumen Penelitian	26
H. Teknik Analisis	27
BAB IV PEMBAHASAN	29
A. Gambaran Perusahaan.....	29
B. Hasil Penelitian	32
C. Pembahasan Penelitian	40
BAB V PENUTUP	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Unduhan Shopee di Google Playstore	30
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data iPrice Q1 E-Commerce 2020	11
Tabel 2. Daftar Skala Jawaban Pertanyaan.....	27
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Penggunaan Aplikasi Shopee Perhari	32
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 6. Distribusi Tanggapan Responden mengenai Efisiensi.....	34
Tabel 7. Distribusi Tanggapan Responden mengenai Fullfilment.....	35
Tabel 8. Distribusi Tanggapan Responden mengenai <i>System Availability</i>	36
Tabel 9. Distribusi Tanggapan Responden mengenai Privasi.....	37
Tabel 10. Distribusi Tanggapan Responden mengenai Responsif.....	38
Tabel 11. Distribusi Tanggapan Responden mengenai Kompensasi.....	39
Tabel 12. Distribusi Tanggapan Responden mengenai Kontak.....	39
Tabel 13. Total Rata-Rata dan TCR Seluruh Indikator E-Service Quality pada aplikasi shoppe.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Permohonan Kuisisioner.....	50
Lampiran 2 Kerangka Kuesioner.....	56
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan internet di Indonesia yang cukup besar telah menunjukkan bahwa internet kini telah menjadi suatu fenomena dengan berubahnya gaya hidup masyarakat luas. Hal tersebut membuat segala aktivitas masyarakat dapat dilakukan secara online, seperti kegiatan berbelanja. Kegiatan berbelanja online merupakan salah satu bagian dari bisnis *e-commerce*. Semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia menjadikan pasar yang sangat bagus untuk pelaku industri *e-commerce*. Oleh karena itu, bermunculan *e-commerce* dan *marketplace* besar di Indonesia salah satunya adalah Shopee. Berikut adalah jumlah pengguna marketplace di Indonesia, berdasarkan data iPrice E-Commerce 2022:

Tabel 1. Data iPrice Q1 E-Commerce 2022

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Rangking AppStore	Rangking PlayStore
TokoPedia	157,233,300	#2	#3
Shopee	132,776,700	#1	#1
Lazada	24,686,700	#3	#2
Bukalapak	23,096,700	#7	#7

Sumber: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce>, Tahun 2022.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa *e-commerce* yang paling sering dikunjungi di Indonesia.

Shopee menempati urutan kedua yang paling banyak dikunjungi. Shopee juga menempati urutan kedua berdasarkan kunjungan web bulanan, yaitu 132,776,700 juta pengunjung perbulannya. Namun berdasarkan rating aplikasi smartphone, Shopee juga menempati peringkat pertama pada AppStore dan PlayStore.

Shopee menjadi salah satu pusat sarana belanja *online* yang menyediakan berbagai macam produk mencakup: *fashion*, *gadget*, alat kosmetik, elektronik, hobi, perlengkapan olahraga, perlengkapan fotografi, perlengkapan rumah, otomotif, suplemen, vitamin, souvenir pesta, hingga voucher. Pembeli juga dimudahkan dengan sistem pencarian produk yang lengkap dengan berbagai kategori hastag belanja serta menyediakan semua informasi lengkap tentang penjual, sehingga memudahkan konsumen untuk bebas membandingkan dan memilih. Shopee juga menerapkan sistem layanan fitur chat langsung antara penjual dan pembeli.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penentu dari eksistensi perusahaan atau industri yang berorientasi pada konsumen apalagi di tengah persaingan yang semakin kuat. Konsumen akan mudah berpindah kepada industri sejenis apabila kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan. kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi (Sa'adah, 2020).

E-service quality sebuah bentuk kualitas layanan yang lebih luas dengan media internet yang menghubungkan antara penjual dan pembeli untuk memenuhi kegiatan berbelanja secara efektif dan efisien. Penerapan *e-service quality* yang

berkualitas akan menyebabkan pelanggan merasa nyaman dan mendapatkan *e-satisfaction* dimasa depan yang akan mempengaruhi *behaviour intention* (Tobagus, 2018).

Shopee sangat memperhatikan hal tersebut sehingga telah menyiapkan layanan terbaik bagi konsumen. Hal ini tercermin dari penawaran pengiriman gratis, beragam pilihan menu dari berbagai merchant, sistem navigasi yang akurat untuk memantau proses pemesanan dan pengiriman produk dengan lancar, antarmuka web yang mudah digunakan, informasi produk yang lengkap seperti nama, deskripsi, dan harga, serta yang terpenting, metode pembayaran yang aman dan mudah. Semua langkah ini secara bersama-sama berkontribusi pada kepuasan konsumen terhadap layanan yang disediakan oleh Shopee.

Berdasarkan evaluasi yang diberikan oleh pengguna aplikasi Shopee, baik dari kalangan penjual maupun pembeli, masih terdapat sejumlah kritik yang menyoroti beberapa ketidakpuasan, seperti kurangnya perubahan status pengiriman barang, lamanya waktu proses loading, keberadaan akun toko tidak aktif yang masih terlihat dalam kolom pencarian, respon yang kurang memuaskan dari layanan pelanggan, kendala penarikan dana yang diakibatkan oleh perubahan dalam sistem keamanan, dan keberadaan penjual yang masih menawarkan barang palsu atau tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan dalam sistem pencarian. Dari penilaian-penilaian tersebut, terlihat bahwa masih terdapat banyak aspek yang memerlukan perbaikan bagi pengembang Shopee agar aplikasinya dapat memberikan pelayanan yang lebih optimal (Pranitasari & Sidqi, 2021).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa mahasiswa D3 Manajemen Perdagangan FEB UNP mengenai kualitas pelayanan pada Shopee ditemukan beberapa keluhan seperti layanan yang tidak cepat tanggap, informasi yang diberikan tidak cukup, respon yang diberikan lambat, prosedur pelayanan yang berbelit-belit.

Dari beberapa keluhan yang ada, mahasiswa D3 Manajemen Perdagangan FEB UNP mengalami kesulitan dalam menyelesaikan masalahnya pada Shopee. Seperti refund produk, pelayanan terhadap produk, jaminan, keamanan terhadap produk masih bermasalah, pengiriman produk melebihi waktu yang ditentukan dan sebagainya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai: **“Tinjauan E- Service Quality Shopee pada Mahasiswa D3 Manajemen Perdagangan FEB UNP.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka yang menjadi masalah penelitian adalah bagaimana tinjauan persepsi *e-service quality* Shopee pada mahasiswa D3 Manajemen Perdagangan FEB UNP.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *e-service quality* Shopee pada mahasiswa D3 Manajemen Perdagangan FEB UNP.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh pada penelitian adalah:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengembangan teori ataupun keilmuan tentang dalam menarik *e-service quality* sekaligus meningkatkan penjualan Shopee pada mahasiswa D3 Manajemen Perdagangan FEB UNP .

b. Manfaat Praktis

i. Bagi Penulis

Penelitian ini untuk memenuhi gelar Amd dan jendela wawasan untuk mengetahui lebih dalam lagi tentang bagaimana suatu pemasaran, terutama di bidang ekonomi manajemen dan dapat menerapkan ilmunya dalam penelitian ataupun praktek dikemudian hari.

ii. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan memberi informasi bagi perusahaan tentang hal yang mempengaruhi *e-service quality*, sehingga dapat di implementasikan untuk menentukan strategi yang harus diterapkan oleh perusahaan Shopee dalam peningkatan kualitas pelayanan.

iii. Bagi Fakultas

Penelitian ini menjadi bahan perbandingan serta referensi bagi semua pihak yang melanjutkan untuk penelitian selanjutnya.