

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS PELAYANAN
ECOMMERCE TOKOPEDIA**

***CONSUMER SATISFACTION ANALYSIS OF E-COMMERCE
TOKOPEDIA SERVICE***

Oleh

Lutfia Maulidah Lestari

2016410092

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik Dan Melengkapi Sebagian Dari Syarat –
Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana (S1) Jurusan Manajemen**



PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2021



**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS PELAYANAN
ECOMMERCE TOKOPEDIA**

**CONSUMER SATISFACTION ANALYSIS OF E-COMMERCE
TOKOPEDIA SERVICE**

Oleh

Lutfia Maulidah Lestari

2016410092

PROPOSAL SKRIPSI

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi



Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM

DOSEN PEMBIMBING

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS PELAYANAN
ECOMMERCE TOKOPEDIA**

**CONSUMER SATISFACTION ANALYSIS OF E-COMMERCE
TOKOPEDIA SERVICE**

Oleh

Lutfia Maulidah Lestari

2016410092

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Manajemen pada Universitas Darma Persada Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini

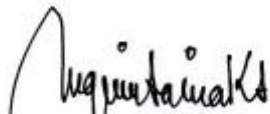
Jakarta, 10 Februari 2021


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M

Pembimbing


Dr. Firsan Nova, S.E., M.M

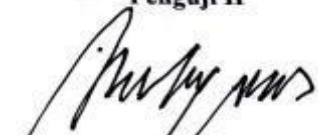
Penguji I


Melani Quntania, S.E., M.pd

Penguji II


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M

Penguji III


Mu'man Nurvana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi


Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si

Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfia Maulidah Lestari

NIM : 2016410092

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Proposal Skripsi dengan judul **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS PELAYANAN E-COMMERCE TOKOPEDIA** yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfaizria Handayani, SE, MM adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Februari 2021



Lutfia Maulidah Lestari

ABSTRAK

Nama: Lutfia Maulidah Lestari, Nim: 2016410092, Judul Penelitian: Analisis Kepuasan Konsumen Atas Pelayanan E-Commerce Aplikasi Tokopedia studi kasus pada Warga DKI Jakarta, bidang ilmu: Manajemen Pemasaran, dibawah bimbingan Ibu Ellena Nurfazriah H., SE. MM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen atas aplikasi Tokopedia dan atribut mana saja yang harus dipertahankan dan diperbaiki. Untuk penelien ini menggunakan alat analisis Diagram Cartesius dan TKi (Tingkat Kepuasan Konsumen) untuk melihat apakah konsumen puas dengan pelayanan *ecommerce* Tokopedia dan posisi atribut pelayanan pada Diagram Cartesius. Hasilnya akan menunjukkan hasil yang signifikan antara Kepentingan Tingkat Kepuasan Konsumen (Y) dan pelayanan *e-commerce* Tokopedia (X)

Karena untuk saat ini Tokopedia masih belum menjadi *e-commerce* nomor satu untuk yang sering di gunakan, dikalahkan oleh *e-commerce* Shopee. Sedangkan jika dilihat dari waktu berdirinya Tokopedia lebih dulu yaitu pada tahun 2009 dan untuk Shopee baru hadir di tahun 2015. Namun di tahun 2020 Shopee menempati urutan pertama untuk *e-commerce* yang paling sering dikunjungi. Penelitian ini dilakukan di DKI Jakarta. Metode pengumpulan data ini menggunakan data primer yaitu Kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan alat analisis data menggunakan *software* SPSS versi 25. Dengan hasil *r*-hitung 1.000 lebih besar dari *r*-tabel 0.197. Menunjukkan bahwa pelanggan penggunaan Aplikasi Tokopedia puas.

Kata kunci : Atribut, Tki (Tingkat Kepuasan Konsumen), Diagram Cartesius

ABSTRACT

Name: Lutfia Maulidah Lestari, *Nim:* 2016410092, *Research Title:* Analysis of Customer Satisfaction on E-Commerce Services Tokopedia application case study

on residents of DKI Jakarta, field of science: Marketing Management, under the guidance of Mrs. Ellena Nurfazriah H., SE. MM.

The purpose of this study is to see consumer satisfaction with the Tokopedia application and which attributes should be maintained or not. This research uses a Cartesian diagram analysis tool and TKi (Customer Satisfaction Level) to see whether consumers are satisfied with Tokopedia's e-commerce services and the position of service attributes on the Cartesian diagram. The results will show significant results between the importance of consumer satisfaction level (Y) and the e-commerce service Tokopedia (X)

Because for now, Tokopedia is still not the number one e-commerce brand for which it is frequently used, being defeated by e-commerce Shopee. Meanwhile, if we look at the time when Tokopedia was founded, it was in 2009 and Shopee only arrived in 2015. However, Shopee currently ranks first for e-commerce that is most frequently visited. This research was conducted in DKI Jakarta. The data method uses primary data, namely questionnaires. The number of samples in this study were 100 respondents. This study uses descriptive quantitative methods and data analysis tools using SPSS version 25 software. With the result of r-count 1,000 is greater than r-table 0.197. Shows that customers using the Tokopedia Application are satisfied.

Keywords: *Attributes, Tki (Level of Customer Satisfaction), Cartesian Diagram*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya dan solawat serta salam dihaturkan kepada jungjungan Nabi Muhammad Salallahu Alaihi Wassalam, sehingga skripsi yang berjudul **Analisis Kepuasan Konsumen Atas Pelayanan E-Commerce**

Tokopedia yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada berhasil diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan teruud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM selaku dosen pembimbing yang dengan tulus, ikhlas dan sabar memberikan bimbingan, dorongan, motivasi, petunjuk, saran dan ilmu yang sangat bermanfaat khususnya dalam menyusun skripsi.
2. Ibu Dian Anggraeny, SE. Msi selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Ayu Widyaningtyas selaku *Supervisor Customer Relationship Management* yang sudah memberikan dukungan, semangat dan motivasi.
4. Semua dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah menjadikan penulis memiliki ilmu yang begitu banyak dan berguna selama kuliah.
5. Para *Staff* dan seluruh anggota keluarga besar Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Papa, alm mama, Ayah Tris, Kakakku tercinta yang dengan sabar, melimpahkan doa dan penuh kasih sayang yang tulus dalam membimbing dan mendidikku hingga menjadikanku seperti sekarang ini.
7. Rendy Saputra, terima kasih atas doa, motivasi, hiburan dan waktunya yang diberikan ke penulis selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan Pemasaran Rehan dan Ryan yang telah memberikan dukungan serta bantuan selama melakukan kegiatan penulisan skripsi.
9. Teman-Teman Manajemen malam 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak warna serta kenangan selama kuliah.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan pada khususnya bagi penelitian yang akan datang.

Jakarta, 10 Februari 2021

Penulis

Lutfia Maulidah Lestari



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Manajemen Pemasaran	11
1. Definisi Manajemen Pemasaran	12
2. Tujuan Manajemen Pemasaran	14

3. Fungsi Manajemen Pemasaran	14
2.1.2. Bauran Pemasaran	15
1. Definisi Bauran Pemasaran	15
2.1.3. Kualitas Pelayanan	19
1. Definisi Kualitas Pelayanan	19
2. Aspek Penting Kualitas Pelayanan	20
2.1.4. Sikap Konsumen	21
1. Definisi Sikap Konsumen	21
2. Macam-macam Sikap	22
3. Pengertian Ekspetasi	22
4. Pengertian Persepsi	23
2.1.5. Tingkat Kepuasan Konsumen	24
1. Definisi Kepuasan Konsumen	24
2. Manfaat Kepuasan Konsumen	25
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen	26
4. Teknik-teknik Mengukur Kepuasan Konsumen	27
2.1.6. <i>E-Commerce</i>	28
1. Definisi <i>E-Commerce</i>	28
2. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	29
3. Manfaat <i>E-Commerce</i>	30
4. Keuntungan <i>E-Commerce</i>	31
5. <i>Social E-Commerce</i>	31
2.1.7. <i>E-Service Quality</i>	32
1. Definisi <i>E-Service Quality</i>	32
2. Metode <i>Service Quality</i>	34
2.2. Kerangka Pemikiran.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Yang Digunakan	36
3.1.1. Metode Penelitian	36
3.1.2. Operasional Variabel	37
3.2. Lokasi, Sumber Data dan Cara Penentuan Data/Informasi .	41
3.2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.2.2. Sumber Data	41
3.2.3. Cara Penentuan Data	42
1. Populasi	42
2. Sampel Penelitian	42
3.2.4. Teknik Pengambilan Sampel	43
3.3. Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1. Rancangan Analisis	45
1. Uji Keabsahan Data	45
3.4. Analisis Tingkat Kepuasan (TKi)	46
3.5. Diagram Cartesius	47
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan PT Tokopedia	50
4.1.1. Sejarah Singkat PT Tokopedia	50
4.2. Analisis Deskriptif	51
4.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.2. Responden Berdasarkan Pendidikan	52
4.2.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.2.4. Responden Berdasarkan Alamat	54
4.2.5. Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	54
4.2.6. Responden Berdasarkan Ketertarikan Terhadap Tokopedia	55

4.3. Pengujian dan Hasil Analisis Data	56
4.3.1. Hasil Uji Penelitian	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reabilitas	59
3. Gambaran Tingkat Kepentingan atribut Pelayanan <i>e-commerce</i>	60
4. Gambaran Tingkat Kinerja Produk atribut Pelayanan Tokopedia	78
5. Gambaran Tingkat Kepuasan Konsumen atas Pelayanan <i>E-commerce</i>	95
6. Diagram Cartesius	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	104
5.2. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
DAFTAR GAMBAR	
Gambar 1.1 Infografis Hasil Survey 2019-2020 Penetrasi Pengguna Internet ...	2
Gambar 1.2 Infografis Hasil Survey 2020 Alasan Utama Seseorang Menggunakan Internet.....	3
Gambar 1.3 Survey Pelaku <i>E-commerce</i>	4
Gambar 1.4 Infografis Laporan Keadaan Transaksi <i>E-Commerce</i> di Asia Tenggara pada 2019	5
Gambar 1.5 Populasi Tokopedia 2018	6
Gambar 1.6 Infografis Hasil Survey <i>E-Commerce</i> yang Sering Digunakan Seseorang Untuk Membeli Barang atau Jasa Secara Online 2020	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35

Gambar 3.1 Diagram Cartesius	
Gambar 4.1 Hasil Penelitian Diagram Cartesius	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Alamat	54
Tabel 4.5 Frekuensi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	55
Tabel 4.6 Frekuensi Responden Berdasarkan Ketertarikan Terhadap Tokopedia	55
Tabel 4.7 Hasil Validitas Kepentingan	56
Tabel 4.8 Hasil Validitas Kinerja Produk	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	60
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> Mengirimkan Produk Sesuai Dengan Situs Web	61
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> Produk Datang Tepat Waktu	62
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> Menginformasikan Stok dan Deskripsi barang Yang Di Tuliskan pada Aplikasi Sesuai dengan Kenyataan	63
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> Sigap Memberikan Solusi atas Permasalahan Pelanggan	64
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> Memberikan Pertanggung Jawaban Atas Permasalahan yang Bukan Kesalahan Konsumen	64

Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> Cepat Merespon Claim.....	66
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> Halaman pada <i>Website</i> atau Aplikasi Tidak Mengalami Error Saat Melakukan Proses Transaksi	67
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> jika produk sudah dikelompokkan sesuai dengan kategori	68
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> jika terdapat fasilitas pencarian produk sejenis Untuk memudahkan pelanggan	69
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> jika melindungi data terkait Kartu Kredit, Debit, dan hal yang bersifat <i>Privacy</i>	70
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> jika transaksi yang dilakukan pelanggan Aman dan dapat dipercaya	71
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> jika aplikasi mengadakan sistem kode pin	72
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> jika memiliki tampilan aplikasi yang menarik	73
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> jika menu pada situs mudah dimengerti	74
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-</i> <i>commerce</i> jika terdapat fasilitas pencarian/kolom <i>search</i> untuk memudahkan pelanggan dalam mencari produk yang diinginkan	75
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi	

<i>E-commerce</i> jika informasi produk dan kontak yang ada Di <i>e-commerce</i> tersebut adalah benar	76
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> jika informasi mengenai pemesanan dan pembayaran Disampaikan dengan jelas	77
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Apakah Penting bagi <i>E-commerce</i> jika memberikan informasi yang valid mengenai Promo dan deskripsi produk	78
Tabel 4.28 Tanggapan Responden mengenai apakah produk yang datang sama dengan yang ada di dalam situs.....	79
Tabel 4.29 Tanggapan Responden mengenai apakah Tokopedia mengirimkan Tokopedia pengiriman produk cepat dan tepat	80
Tabel 4.30 Tanggapan Responden mengenai apakah jumlah stok dan Deskripsi barang yang di tuliskan pada aplikasi Tokopedia Sesuai dengan kenyataan	81
Tabel 4.31 Tanggapan Responden mengenai apakah Tokopedia sigap Memberikan solusi atas permasalahan pelanggan	82
Tabel 4.32 Tanggapan Responden mengenai apakah Tokopedia cepat dalam Memberikan pertanggung jawaban atas permasalahan yang Bukan kesalahan dari konsumen	83
Tabel 4.33 Tanggapan Responden mengenai apakah Tokopedia cepat Merespon claim	84
Tabel 4.34 Tanggapan Responden mengenai apakah halaman Tokopedia Tidak mengalami eror pada saat melakukan proses transaksi	85
Tabel 4.35 Tanggapan Responden mengenai apakah produk Tokopedia sudah dikelompokan sesuai dengan kategori sehingga memudahkan konsumen	86
Tabel 4.36 Tanggapan Responden mengenai apakah terdapat fasilitas Pencarian produk sejenis untuk memudahkan pelanggan	

Dalam mencari produk dengan perbandingan harga	87
Tabel 4.37 Tanggapan Responden mengenai apakah Tokopedia melindungi Data pribadi terkait Kartu Kredit, Debit dan hal yang Bersifat privacy lainnya	88
Tabel 4.38 Tanggapan Responden mengenai apakah transaksi yang dilakukan Tokopedia aman dan dapat dipercaya	89
Tabel 4.39 Tanggapan Responden mengenai apakah ada kode pin pada saat Buka Aplikasi Tokopedia	90
Tabel 4.40 Tanggapan Responden mengenai apakah Tokopedia memiliki Tampilan yang menarik	90
Tabel 4.41 Tanggapan Responden mengenai apakah menu pada situs Tokopedia (baik/penjual) mudah dimengerti	91
Tabel 4.42 Tanggapan Responden mengenai apakah terdapat fasilitas Pencarian/kolom <i>search</i> untuk memudahkan pelanggan dalam Mencari produk yang diinginkan	92
Tabel 4.43 Tanggapan Responden mengenai apakah semua informasi yang Ada di Tokopedia adalah benar	93
Tabel 4.44 Tanggapan Responden mengenai apakah informasi mengenai Pemesanan dan pembayaran disampaikan dengan jelas (disertai Gambar yang memudahkan pelanggan dalam mencerna tahap	94
Tabel 4.45 Memberikan informasi yang valid mengenai promo dan deskripsi produk	95
Tabel 4.46 Gambaran Tingkat Kepuasan Konsumen atas Pelayanan <i>E-Commerce</i>	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	111
Lampiran 2 Profil Responden	123
Lampiran 3 Tabulasi Data Original Kepentingan Kepuasan Konsumen	127
Lampiran 4 Tabulasi Data Original Kinerja Produk	132
Lampiran 5 Perhitungan Tingkat Kepuasan Konsumen	135
Lampiran 6 Perhitungan Diagram Cartesius	137
Lampiran 7 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	138
Lampiran 8 Distribusi Frekuensi Alamat	138
Lampiran 9 Distribusi Frekuensi Pendidikan	138
Lampiran 10 Distribusi Frekuensi Status Pekerjaan	139
Lampiran 11 Distribusi Frekuensi Pengeluaran Perbulan	139
Lampiran 12 Distribusi Frekuensi Ketertarikan terhadap aplikasi Tokopedia ...	140

