

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKOPEDIA**

(Studi Kasus Pada Konsumen Tokopedia di Kota Bandung)

Disusun Oleh :

**Annisa Haifa Audi Fahira**

**C1180330**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

**Sarjana Manajemen**

**Konsentrasi Manajemen Bisnis**



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA**

**TAHUN 2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan  
Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Konsumen  
Tokopedia di Kota Bandung)

Nama Mahasiswa : Annisa Haifa Audi Fahira

Nomor Pokok : C1180330


Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

### MENYETUJI DAN MENGESAHKAN

Dosen Pembimbing



Dr. Eka Setiajathika, SE., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Direktur Program Studi Sarjana Manajemen



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

## RIWAYAT HIDUP

ANNISA, dilahirkan pada tanggal 30 Januari 2000 di kota Bandung, Jawa Barat, anak pertama dari 2 bersaudara dari pasangan Bapak Adi Kurniadi dan Ibu Irma Srirezeki.

Adapun Riwayat Pendidikan yang telah ditempuh sebagai berikut:

1. TK Asih Putera, Cimahi, Jawa Barat, lulus Tahun 2006
2. Sekolah Dasar (SD) Negeri Cimahi Mandiri 5, Kota Cimahi, Jawa Barat. Lulus Tahun 2012
3. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 2 Kota Cimahi, Jawa Barat. Lulus tahun 2015
4. Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 5 Kota Cimahi, Jawa Barat. Lulus Tahun 2018.
5. Penulis mencatat diri sebagai mahasiswa Ikopin University pada tahun 2018 dengan menempuh program strata 1 pada konsentrasi Manajemen Bisnis, program studi Manajemen. Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah mengikuti aktivitas kemahasiswaan, yaitu:
  - a. Anggota UKM IBC (Ikopin Badminton Club)
  - b. Panitia Ikopin Mengabdikan Divisi Kesehatan tahun 2019
  - c. Anggota BEM KM Ikopin departemen Sosmasling tahun 2020-2021

## ABSTRACT

**Annisa Haifa Audi Fahira, 2022.** *The effect of service quality on Tokopedia consumer satisfaction. (Case Study at consumer Tokopedia located in Bandung). Under guidance of Mr. Eka Setiajatnika.*

*Tokopedia is one of the largest digital buying and selling companies in Indonesia. Since it was officially launched on August 17, 2009, PT. Tokopedia has succeeded in becoming one of the internet companies in Indonesia with rapid growth. By implementing the online marketplace and mall business model, Tokopedia empowers every individual, small store, and brand to open and manage an online store.*

*This research was done to answer how much the effect service quality by Tokopedia on consumer satisfaction. The method of research is survey method and through questionnaires. The population of research is purposed to consumer Tokopedia in the city of bandung. The sample of reserch has 100 respondets which emphasize the overview of the research.*

*The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between Tokopedia's service quality on customer satisfaction. The quality of Tokopedia's service is included in the "Good" criteria. So efforts to increase customer satisfaction must be done*

**Keywords: service quality, consumer satisfaction, e-commerce.**

IKOPIN  
University

## **RINGKASAN**

Annisa Haifa Audi Fahira, 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pada konsumen Tokopedia di kota Bandung).  
Dibawah bimbingan bapak Eka Setiajatnika.

Tokopedia merupakan salah satu perusahaan jual beli digital terbesar di Indonesia. Sejak diluncurkan secara resmi pada 17 agustus 2009, PT.Tokopedia berhasil menjadi salah satu perusahaan internet di Indonesia dengan pertumbuhan yang pesat. Dengan menerapkan model bisnis marketplace dan mall online Tokopedia memberdayakan setiap individu, toko kecil, dan brand untuk membuka dan mengelola toko online.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan Tokopedia terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey dengan kuisioner. Populasi dalam pebelitian ini adalah konsumen Tokopedia di Kota Bandung. Sample sebanyak 100 responden sehingga dapat memberikan gambaran fakta yang ada.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi pengaruh antara kualitas pelayanan Tokopedia secara positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun kualitas pelayan Tokopedia termasuk dalam kriteria “Baik”. Maka upaya upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen harus dilakukan

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, E-Commerce.**

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah Suhanahu wa ta'ala yang telah memberikan berjuta kebaikan, kekuatan, kesehatan dan kelancaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia”**.

Adapun penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam skripsi ini, namun demikian penulis tetap berusaha dengan segala kemampuan yang ada. Dan atas berkat dukungan, bantuan serta motivasi dari keluargaku. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada Papap dan Mimih, untuk kasih sayang, motivasi, dukungan, materi dan pengertian, serta Doa yang selalu dipanjatkan untuk penulis. Dan penulis mengucapkan terimakasih juga kepada:

1. Bapak Dr. Eka Setiajtnika., SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan begitu sabar dalam memberikan arahan, bimbingan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno., SE., M.Sc, selaku Dosen Penguji Konsentrasi yang telah memberikan arahan, bimbingan dan saran kepada penulis dalam penyempurnaan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Hj. Endang Wahyuningsih., M,Ti, selaku Dosen Penguji Koperasi yang telah memberikan arahan, bimbingan dan saran kepada penulis dalam penyempurnaan skripsi ini.

4. Seluruh dosen fakultas Manajemen Bisnis pada khususnya dan seluruh Dosen IKOPIN pada umumnya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Seluruh staf karyawan Prodi Manajemen S1 atas bantuan dan pelayanannya.
6. Teristimewa kepada keluarga besar penulis, Ibu dan Ayah yang sudah memberikan kasih dan sayang, dukungan, materi dan doa yang tak henti kepada penulis, Nenek penulis yang mendukung dan mendoakan penulis juga Adik Aurel yang sudah memberikan semangat kepada penulis. Tanpa cinta dari keluarga mungkin skripsi ini tidak dapat diselesaikan.
7. Seluruh keluarga besar yang selalu ada dan memberikan motivasi.
8. Kepada Karindhita, Wina, Nadhira, dan Alya terimakasih atas semua waktu, pengertian, kekuatan, dan kebaikan serta tempat bercerita atas semua permasalahan yang ada baik untuk penyusunan skripsi ini maupun lainnya.
9. Kepada teman seperjuangan dari mulai semester 1 hingga semester akhir ini selalu menjadi tempat berkeluh kesah dan berbagi cerita mengenai perkuliahan dan lainnya, Annisa Nurahma Fahmi, Nadiah Firyal, Mika Mediyani, Mutiara Aulia, Restu Febrianti, Mega Yusdamayanti atas semua waktuselama ini
10. Kepada Muhammad Noviansyah terimakasih atas semua waktu, bantuan, perasaan, dan pengertian yang telah diberikan selama ini.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Pada akhirnya, disadari sungguh bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk melengkapi skripsi ini.

Jatinangor, Agustus 2022

Annisa Haifa Audi Fahira





## DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	i
ABSTRACT.....	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	13
1.3.1 Maksud Penelitian.....	13
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	13
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	14
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	15

2.1 Pendekatan Masalah.....	15
2.1.1 Manajemen.....	15
2.1.1.1 Definisi Manajemen Bisnis.....	15
2.1.1.2 Fungsi Manajemen Bisnis.....	16
2.1.1.3 Tujuan Organisasi Bisnis.....	18
2.1.1.4 Fungsi Bisnis.....	19
2.1.2 Pengertian E-Commerce.....	20
2.1.2.1 Jenis Jenis E-commerce.....	21
2.1.2.2 Manfaat E-commerce.....	23
2.1.3 Pengertian Kualitas pelayanan.....	24
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	26
2.1.3.2. Layanan Internet.....	27
2.1.3.3 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	30
2.1.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	33
2.1.4.1 Faktor Yang Mendorong Kepuasan Pelanggan.....	34
2.1.4.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	35
2.1.4.3 Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen.....	37
2.1.5 Kerangka Berpikir.....	37
2.2 Metode Penelitian.....	38
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	38

2.2.2 Data yang diperlukan (Operasionalisasi Variabel) .....	39
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data .....	43
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data .....	43
2.2.5 Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	44
2.2.5.1 Analisis Data .....	44
2.2.5.2 Uji Hipotesis .....	49
2.2.6 Tempat/Lokasi Penelitian.....	51
2.2.7 Jadwal Penelitian.....	51
<b>BAB III KEADAAN UMUM.....</b>	<b>52</b>
3.1 Keadaan Umum Perusahaan .....	52
3.1.1 Profil Tokopedia.....	52
3.1.2 Visi dan Misi Tokopedia.....	55
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1 Identitas Responden .....	58
4.1.2 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.1.3 Uji Regresi Sederhana.....	60
4.2 Kualitas Pelayanan Tokopedia.....	62
4.2.1 Tangibles (Bukti Fisik) .....	62
4.2.2 Emphaty (Perhatian).....	65
4.2.3 Reability (Keandalan) .....	68

4.2.4 Responsiveness (Daya Tanggap) .....	70
4.2.5 Assurance (Jaminan) .....	73
4.2.6 Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Kualitas Pelayanan Tokopedia.....	76
4.3 Kepuasan Konsumen Tokopedia .....	77
4.3.1 Performance (Kinerja).....	77
4.3.2 Expetation (Harapan) .....	80
4.3.4 Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Kepuasan Konsumen .....	83
4.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	83
4.5 Upaya yang Harus Dilakukan Tokopedia Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan .....	84
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>86</b>
5.1 Simpulan .....	86
5.2 Saran.....	86
5.2.1 Saran Praktis .....	86
5.2.2 Saran Teoritis .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Operasionalisasi Variabel .....	40
Tabel 2. 2 Rancangan Kuisisioner Penelitian .....	44
Tabel 2. 3 Alternatif Jawaban Kuisisioner.....	45
Tabel 2. 4 Analisis Jawaban Responden Setiap Indikator .....	46
Tabel 2. 5 Kriteria Penilaian Responden.....	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden .....	58
Tabel 4. 2 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	59
Tabel 4. 3 Hasil Uji Heteroskedistitas (Glesjser).....	60
Tabel 4. 4 Hasil Uji t.....	60
Tabel 4. 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji F.....	61
Tabel 4. 7 Tampilan Halaman Website dan Aplikasi Mobile Tokopedia.....	62
Tabel 4. 8 Kemudahan Mengakses Halaman Website dan Aplikasi Mobile.....	63
Tabel 4. 9 Kelengkapan Fitur yang Ada di Halaman Website dan Aplikasi Mobile .....	64
Tabel 4. 10 Kemudahan Menghubungi Pihak Tokopedia.....	66
Tabel 4. 11 Kemudahan Mendapatkan Informasi Produk .....	67
Tabel 4. 12 Keamanan Pengemasan Produk .....	68
Tabel 4. 13 Ketepatan Waktu Dalam Melakukan Pengiriman Produk .....	69
Tabel 4. 14 Kemampuan Perusahaan Dalam Menjelaskan Produk .....	70
Tabel 4. 15 Kecepatan Tokopedia Dalam Melayani Konsumen.....	71
Tabel 4. 16 Kecepatan Perusahaan Dalam Menanggapi Keluhan Konsumen .....	72
Tabel 4. 17 Jaminan Kecepatan Waktu Pengiriman Barang .....	73

Tabel 4. 18 Jaminan Penggantian Barang Rusak dan atau Pengembalian Uang Oleh Perusahaan.....	74
Tabel 4. 19 Keamanan Bertransaksi.....	75
Tabel 4. 20 Hasil Kuisisioner Seluruh Dimensi Kualitas Pelayanan.....	76
Tabel 4. 21 Kepuasan Atas Kemampuan Perusahaan Dala Melayani Konsumen Dengan Cepat .....	77
Tabel 4. 22 Kepuasan Atas Halaman dan Aplikasi Mobile .....	78
Tabel 4. 23 Kepuasan Atas Produk yang Dipesan .....	80
Tabel 4. 24 Kepuasan Atas Terpenuhinya Harapan Konsumen .....	81
Tabel 4. 25 Puas Atas Terpenuhinya Janji Tokopedia (mengenai waktu pengiriman, keamanan produk dan jaminan uang kembali) .....	82
Tabel 4. 26 Hasil Kuisisioner Seluruh Dimensi Kepuasan Konsumen .....	83



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia 1998- Q2 2020 .....	2
Gambar 1. 2 Grafik Pengguna E-Commercer di Indonesia 2017-2023.....	4
Gambar 1. 3 Top Brand Index E-Commerce .....	5
Gambar 1. 4 Complain Konsumen.....	8
Gambar 1. 5 Complain Konsumen.....	8
Gambar 1. 6 Grafik Peningkatan Jumlah Complain Pada Aplikasi Tokopedia di Playstore 2019-2021 .....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	38



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	91
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Kuisisioner .....	93
Lampiran 3 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan (X) .....	94
Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen (Y).....	94

