

**ANALISIS PERBANDINGAN E-SERVICE QUALITY ANTARA SHOPEE
DAN TOKOPEDIA MENURUT PERSEPSI MAHASISWA DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2020

**ANALISIS PERBANDINGAN E-SERVICE QUALITY ANTARA SHOPEE DAN
TOKOPEDIA MENURUT PERSEPSI MAHASISWA DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PONOROGO**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagaimana syarat-syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

NAMA : EKA KRISTIA INDRAYANTI

NIM : 16414280

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Perbandingan E-Service Quality antara Shopee dan Tokopedia menurut Persepsi Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Nama : Eka Kristia Indrayanti
N I M : 16414280
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo,

Pembimbing I

Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si
NIDN/NIDK. 0008057601

Pembimbing II

Edi Santoso, SE, MM
NIDN/NIDK. 0711037401

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si.)
NIK. 19760508 200501 11

Dosen Pengaji :

Ketua

Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si
NIDN/NIDK : 0008057601

Sekretaris

Naning Krisyana, SE, MM
NIDN/NIDK : 0721117501

Anggota

Adi Santoso, SE, MM
NIDN/NIDK : 0727118803

MOTTO

“ Allah selalu menjawab doamu dengan 3 cara, pertama langsung mengabulkannya, kedua menundanya, ketiga menggantikannya dengan yang lebih baik”



RINGKASAN

Indonesia merupakan pasar dengan pertumbuhan *e-commerce* yang menarik dari tahun ke tahun. Dan diera digital ini kaum milenial seperti mahasiswa sangat suka untuk berbelanja online. Pada industri atau bisnis yang berorientasi pada konsumen tidak dapat dihindari bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan. *E-commerce* yang memiliki banyak pengunjung di Indonesia adalah Tokopedia dan Shopee. Untuk membandingkan kualitas pelayanan *online* antara Tokopedia dan Shopee maka perlu dilakukan penelitian tentang perbandingan *e-service quality* antara Shopee dan Tokopedia dari persepsi Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan *E-Service Quality* dari dimensi *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Compensation* dan *Contact* antara Shopee dan Tokopedia menurut Persepsi Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran angket secara *online* kepada mahasiswa pelanggan Shopee dan Tokopedia di Universitas Muhammadiyah Ponorogo dengan jumlah sampel yang diperoleh adalah 85 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *quota sampling* dengan teknik analisis menggunakan paired sample t-test.

Hasil penelitian menunjukkan dari ketujuh dimensi *e-service quality* terdapat perbedaan yang signifikan antara Shopee dan Tokopedia. Dengan rata-rata nilai Shopee lebih besar daripada Tokopedia. Sehingga *e-service quality* pada Shopee lebih baik daripada Tokopedia.

Kata Kunci: *E-commerce, E-service Quality, Mahasiswa*

ABSTRAK

Indonesia is a market with attractive e-commerce growth from year to year. And in this digital era, millennials like students really like to shop online. In a consumer-oriented industry or business, it cannot be avoided that service quality is one of the factors that can affect satisfaction. E-commerce that has a lot of visitors in Indonesia is Tokopedia and Shopee. To compare the quality of online services between Tokopedia and Shopee, it is necessary to conduct research on the comparison of e-service quality between Shopee and Tokopedia from the perceptions of students at Muhammadiyah University of Ponorogo.

This study aims to determine the difference in E-Service Quality from the dimensions of Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Compensation and Contact between Shopee and Tokopedia according to Student Perceptions at Muhammadiyah University of Ponorogo.

This research is a quantitative research. The data collection method was carried out by distributing questionnaires online to Shopee and Tokopedia customer students at the Muhammadiyah University of Ponorogo with a total sample of 85 respondents. The sampling technique used was quota sampling with the analysis technique used the paired sample t-test.

The results showed that from the seven dimensions of e-service quality there were significant differences between Shopee and Tokopedia. With an average Shopee value is greater than Tokopedia. So that e-service quality on Shopee is better than Tokopedia.

Keywoard : E-commerce, E-service Quality, College Student

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas karunia yang Allah swt berikan, atas limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya, atas petunjuk dan bimbingan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Perbandingan E-Service Quality menurut Persepsi Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Ponorogo”.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada semua pihak, yang telah memberikan bantuan berupa motivasi dan doa selama proses penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih dan penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si dan Bapak Edi Santoso, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasinya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Selain itu ucapan terima kasih dan penghargaan penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi beserta staf, yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si dan Bapak Edi Santoso, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan penilaian, saran, dan masukan demi perbaikan instrument.
3. Bapak Marni Susanto dan Ibunda Harlin tercinta atas segala cinta, ketulusan, kasih sayang dan do'a yang telah diberikan hingga penulis dapat menyelesaikan studi.
4. Teman-teman Program Studi Manajemen Prosus Angkatan 2014 yang sudah selalu mendukung dan memberi semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Teman-teman TRC-PB BPBD Kabupaten Ponorogo yang selalu memberi dukungan, motivasi dan juga semangat yang tiada henti sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan pelaksanaan penelitian dan penyusunan dalam skripsi ini. Semoga bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah swt.

Teriring harapan semoga Allah swt senantiasa membalas kebaikan berbagai pihak tersebut. Harapan penulis semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pembaca. Aamiin.

Ponorogo,



Eka Kristia Indrayanti



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo,

Yang membuat pernyataan



Eka Kristia Indrayanti

NIM. 16414280

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO	iii
RINGKASAN	iv
ABSTRAK	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR	viii
KODE ETIK PENELITIAN	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 LANDASAN TEORI	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Pemasaran	13
2.1.3 E-Commerce	14
2.1.4 E-Service Quality	15
2.1.5 Perilaku Konsumen	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 RUANG LINGKUP PENELITIAN	31

3.2 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	32
3.3 METODE PENGAMBILAN DATA	33
3.3.1 Data Primer.....	33
3.3.2 Data Sekunder	33
3.4 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	33
3.4.1 Efficiency (X1)	33
3.4.2 Fulfillment (X2).....	34
3.4.3 System Availability (X3).....	34
3.4.4 Privacy (X4)	34
3.4.5 Responsiveness (X5)	34
3.4.6 Compansation (X6)	35
3.4.7 Contact (X7)	35
3.5 METODE ANALISIS DATA	35
3.5.1 Uji Validitas.....	35
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.5.3 Uji Tingkat Perbedaan E-Service Quality	37
BAB IV	40
PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 GAMBARAN UMUM	40
4.1.1 Sejarah Universitas Muhammadiyah Ponorogo	40
4.1.2 Tokopedia	42
4.1.3 Shopee	45
4.2 DESKRIPSI RESPONDEN	47
4.2.1 Karakteristik Responden Tokopedia dan Shopee Menurut Jenis Kelamin.....	47
4.2.2 Karakteristik Responden Tokopedia dan Shopee Berdasarkan Jurusan.....	48
4.2.3 Karakteristik Responden Tokopedia dan Shopee Berdasarkan Kategori Belanja.....	50
4.3 HASIL PENELITIAN	52
4.3.1 Uji Validitas.....	52
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	55
4.3.3 Uji Normalitas	56

4.3.4 Hasil Uji Hipotesis	57
4.4 PEMBAHASAN.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 KESIMPULAN	75
5.2 SARAN	77
DAFTAR PUSTAKA	80

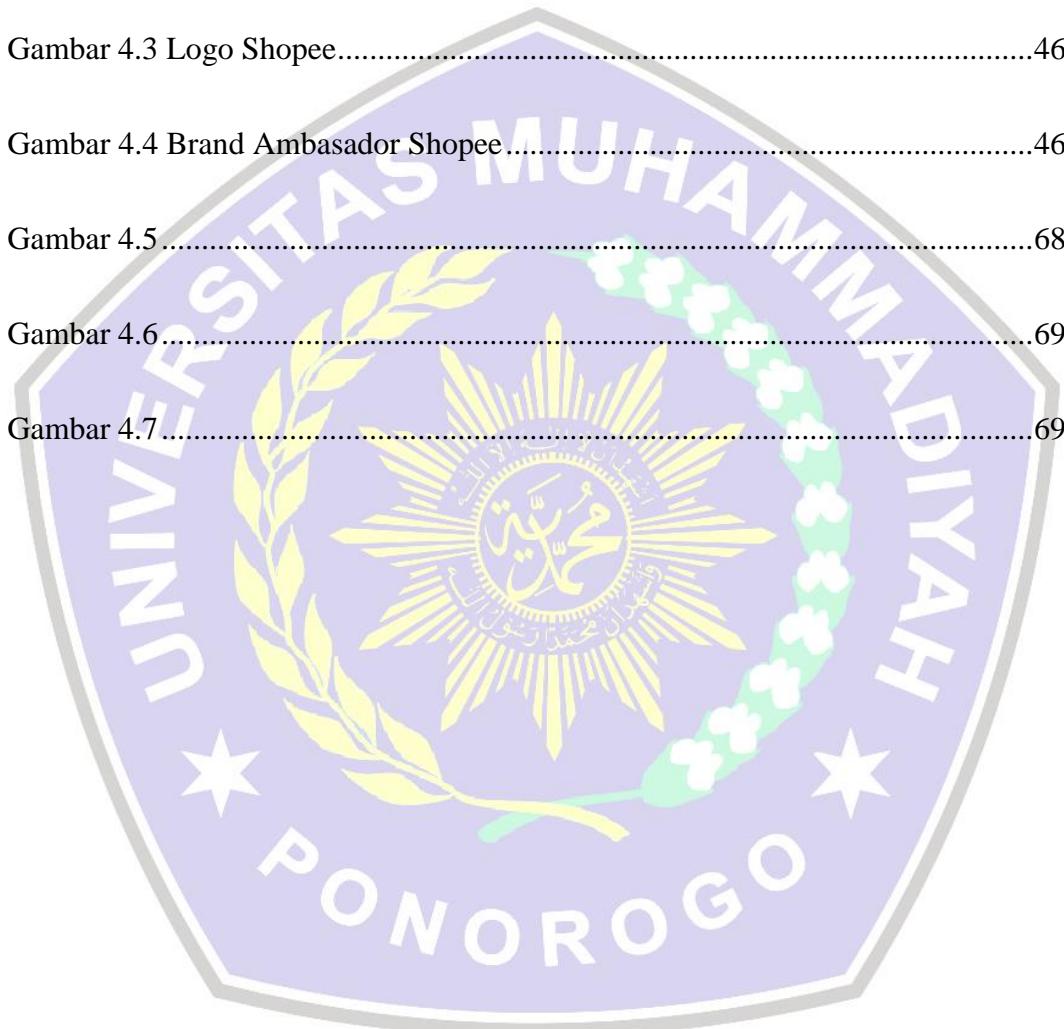


DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Shopee dan Tokopedia Berdasarkan Jurusan	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Belanja Shopee	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Belanja Tokopedia.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian Shopee	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian Tokopedia.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Shopee	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Tokopedia.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.10 Paired Sample Statistics Efficiency	57
Tabel 4.11 Paired Sample Test Efficiency	58
Tabel 4.12 Paired Sample Statistics Fulfillment.....	59
Tabel 4.13 Paired Sample Test Fulfillment	60
Tabel 4.14 Paired Sample Statistics System Availability	60
Tabel 4.15 Paired Sample Test System Availability.....	61
Tabel 4.16 Paired Sample Statistics Privacy.....	62
Tabel 4.17 Paired Sample Test Privacy	62
Tabel 4.18 Paired Sample Statistics Responsiveness.....	63
Tabel 4.19 Paired Sample Test Responsiveness	64
Tabel 4.20 Paired Sample Statistics Compansation	64
Tabel 4.21 Paired Sample Test Compansation	65
Tabel 4.22 Paired Sample Statistics Contact	66
Tabel 4.23 Paired Sample Test Contact	66
Tabel 4.24 Perbandingan Rata-rata Antara Shopee dan Tokopedia	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Tokopedia	43
Gambar 4.2 Brand Ambasador Tokopedia.....	44
Gambar 4.3 Logo Shopee.....	46
Gambar 4.4 Brand Ambasador Shopee.....	46
Gambar 4.5	68
Gambar 4.6.....	69
Gambar 4.7	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Penelitian Shopee dan Tokopedia

Lampiran 3. Hasil SPSS Uji Validitas Shopee dan Tokopedia

Lampiran 4. Hasil SPSS Uji Reliabilitas Shopee dan Tokopedia

Lampiran 5. Hasil SPSS Uji Normalitas

Lampiran 6. Hasil SPSS Uji Paired Sample Test

Lampiran 7. Berita Acara Bimbingan