



2025

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
MARKETPLACE SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PONOROGO**



SKRIPSI

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

Nama : Febriana Ayu Putri Pratama

NIM : 21415517

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan
Pelanggan *Marketplace* Shopee Pada Mahasiswa
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Febriana Ayu Putri Pratama

NIM : 21415517

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 14 Februari 2001

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun
skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 08 Agustus 2025

Pembimbing 1


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NUPTK. 0348748649130083

Pembimbing 2


Naning Kristiana, SE., M.M
NUPTK. 2253753654230083

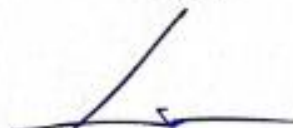
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si.
NIK. 19701016 199904 12

Dosen Penguji

Ketua


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NUPTK. 0348748649130083

Sekretaris


Dr. Riawan. S.Pd., M.M
NUPTK. 537763664131113

Anggota


Dr. Sri Hartono, SE., M.M
NUPTK. 9562749652110033

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga dapat terselesaikannya skripsi dengan judul **“Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo”** sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam skripsi ini dijabarkan analisa mengenai variabel *e-service quality* terhadap keputusan pembelian. Sehingga nantinya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan dan juga meningkatkan jumlah pelanggan.

Keberhasilan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada yang terhormat :

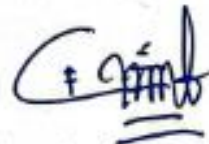
1. Allah SWT yang telah menganugerahkan penulis kemampuan berfikir sehingga proposal skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
2. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan untuk dapat menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh proram Manajemen S1 di Fakultas Ekonomi.
4. Bapak Dr. Riawan, S.Pd.,MM selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan serta bimbingan dalam memperlancar proposal skripsi ini.
5. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si dan Bapak Drs. Setyo Adjie, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan serta senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing agar terselesaikannya proposal skripsi ini.

6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta kelancaran dalam informasi dan administrasi
7. Seluruh rekan-rekan seperjuangan manajemen D yang telah bersedia berbagi informasi, motivasi serta semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat seperjuangan Dini Maulida, Felmi Alfatunisa, Nita Dita, Fizca Amelia, Yeni Wahyu terimakasih atas dukungan dan sudah menemani setiap proses penulisan hingga saat ini.
9. Sahabat sekaligus kakak penulis Elza Derwira Pratiwi, Nina Agliani, Meyka Adilia, Tarisa Novianarini, Yurike Pinontoan, Zara Isnaini salsabila. Terimakasih atas segala dukungan, saran, selalu menjadi pendengar yang baik dan selalu setia menemani proses penulis saat ini.
10. Keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan doa maupun dukungan luar biasa.

Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak dan dapat digunakan sebagai referensi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Ponorogo, 08 Agustus 2025



Febriana Ayu Putri Pratama
21415548

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi pendidikan dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 08 Agustus 2025



Febriana Ayu Putri Pratama
21415517

RINGKASAN

Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan *Marketplace* Shopee Pada Mahasiswa Universitas Muhamadiyah Ponorogo

Teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat pada zaman digital saat ini. Perkembangan tersebut dapat memudahkan berbagai kegiatan manusia seperti dalam hal berbelanja untuk memperoleh suatu barang. Pada awalnya manusia berbelanja secara langsung pada sebuah toko, namun saat ini hal tersebut telah mengalami perubahan yaitu manusia dapat berbelanja dimanapun dan kapanpun. Manusia hidup terus berdampingan dengan kemajuan teknologi dan globalisasi, yang menggeser pola hidup tradisional menuju pola hidup modern. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh Efisiensi (*Efficiency*) (X1), Ketersediaan Sistem (*System Availability*) (X2), Pemenuhan (*Fulfillment*) (X3), Privasi (*Privacy*) (X4), Responsivitas (*Responsiveness*) (X5), Kompensasi (*Compensation*) (X6) dan Kontak (*Contact*) (X7) terhadap kepuasan pelanggan *Marketplace* Shopee pada mahasiswa Universitas Muhamadiyah Ponorogo.

Sampel dari penelitian ini merupakan mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang menggunakan *Market Place* Shopee dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan sampel sebanyak 96 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 25. Penelitian ini menghasilkan uji parsial (t) adalah sebagai berikut Efisiensi (*Efficiency*) (X1) = 0,029 , Ketersediaan Sistem (*System Availability*) (X2) = 0,033, Pemenuhan (*Fulfillment*) (X3) = 0,019, Privasi (*Privacy*) (X4) = 0,752, Responsivitas (*Responsiveness*) (X5) = 433, Kompensasi (*Compensation*) (X6) = 0,012 dan Kontak (*Contact*) (X7) = 0,018.

Kata Kunci : Efisiensi (*efficiency*), ketersediaan sistem (*system availability*), pemenuhan (*fulfillment*), privasi (*privacy*), responsivitas (*responsiveness*), kompensasi (*compensation*), kontak (*contact*) dan kepuasan pelanggan

MOTTO

**“Kesabaran dan ketekunan membawa hasil
Yang luar biasa”**

__ Napoleon Hill __



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN	vi
RINGKASAN	vii
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Definisi Manajemen.....	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Digital Marketing.....	14
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.5 <i>E-Service Quality</i> (X)	17
2.1.6 Kepuasan Pelanggan (Y)	22
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis.....	28
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	34

3.1.1	Populasi dan Sampel.....	34
3.1.2	Metode Pengambilan Data.....	36
3.1.3	Definisi Operasional Variabel	37
3.1.4	Uji Instrumen	39
3.1.5	Teknik Analisis Data	41
3.1.6	Uji Hipotesis	42
BAB IV		44
HASIL DAN PEMBAHASAN		44
A.	Hasil Penelitian	44
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	44
2.	Karakteristik Responden	44
3.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	47
4.	Uji Instrumen	59
5.	Analisis Data	63
6.	Uji Hipotesis.....	67
B.	Pembahasan.....	73
BAB V		83
KESIMPULAN DAN SARAN		83
A.	Kesimpulan	83
B.	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		86
LAMPIRAN.....		89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2. Skala Likert.....	37
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Fakultas	45
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Responden Intensitas Pembelian.....	46
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Efisiensi (Efficiency) (X1).....	48
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Ketersediaan Sistem (System Availability) (X2).....	49
Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Pemenuhan (Fulfillment) (X3).....	51
Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap Privasi (Privacy) (X4)	52
Tabel 11. Tanggapan Responden Terhadap Responsivitas (Responsiveness) (X5)...	54
Tabel 12. Tanggapan Responden Terhadap Kompensasi (Compensation) (X6).....	55
Tabel 13. Tanggapan Responden Terhadap Kontak (Contact) (X7)	57
Tabel 14. Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	58
Tabel 15. Hasil Pengujian Validitas	60
Tabel 16. Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 17. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel 18. Koefisien Determinasi (R^2).....	67
Tabel 19. Hasil uji t.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tob Brand Indeks E-commerce	2
Gambar 2. Keluhan Pelanggan Shopee.....	6
Gambar 3. Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4. Daerah Penolakan H01 dan Penerimaan Ha1	68
Gambar 5. Daerah Penolakan H02 dan Penerimaan Ha2	69
Gambar 6. Daerah Penolakan H03 dan Penerimaan Ha3	70
Gambar 7. Daerah Penolakan H04 dan Penerimaan Ha4.....	70
Gambar 8. Daerah Penolakan H05 dan Penerimaan Ha5	71
Gambar 9. Daerah Penolakan H06 dan Penerimaan Ha6	72
Gambar 10. Daerah Penolakan H07 dan Penerimaan Ha7	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	89
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	94
Lampiran 3. Identitas Responden	96
Lampiran 4. Karakteristik Responden	98
Lampiran 5. Jawaban Responden	99
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas.....	111
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas	119
Lampiran 8. Hasil Analisis Data.....	121
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis	122
Lampiran 10. Distribusi Nilai r Tabel.....	123
Lampiran 11. Distribusi Nilai t Tabel.....	126

