

**PENGARUH *EFFICIENCY*, *SYSTEM AVAILABILITY*, *PRIVACY* DAN  
*CONTACT* TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN SHOPEE DI  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



Oleh:

**IRA GRACELYA LASANI**

**11170252**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi Sebagian Syarat – syarat

Guna memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



**Disusun Oleh:**

**IRA GRACELYA LASANI**

**NIM : 11170252**

**Program Studi : Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASILUNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : IRA GRACELYA LASANI  
NIM : 11170252  
Program studi : MANAJEMEN  
Fakultas : BISNIS  
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *Efficiency, Sytem Avaiability, Privacy* dan *Contact* Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee di Yogyakarta ”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 12 April 2020

Yang menyatakan



(IRA GRACELYA LASANI)  
NIM 11170252

© UKDW

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh *Efficiency, Sytem Availiability, Privacy* dan  
*Contact* Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee di  
Yogyakarta

Nama : Ira Gracelya Lasani

NIM : 11170252

Mata Kuliah : Skripsi

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Semester : Gasal

Tahun : 2019/2020

---

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji,

Yogyakarta, 16 Juni 2020

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



(Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

### **“PENGARUH *EFFICIENCY, SYSTEM AVAILABILITY, PRIVACY* DAN *CONTACT* TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN SHOPEE DI YOGYAKARTA”**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**IRA GRACELYA LASANI**

11170252

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

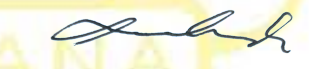
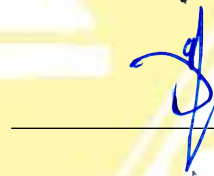
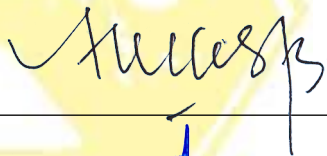
Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen pada tanggal (13 Juli 2020)

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Purwani Retno Andalas,  
MM (Ketua Tim Penguji)
2. Dr. Singgih Santoso, MM  
(Dosen Penguji)
3. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D  
(Dosen Pembimbing)



Yogyakarta, 27 Juli 2020

Disahkan Oleh



Dekan Fakultas Bisnis

Dr. Perminas Pangeran, SE., M. Si.

Ketua Program Studi Manajemen

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

### **PENGARUH *EFFICENCY*, *SYTEM AVAILABILITY*, *PRIVACY* DAN *CONTACT* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHOPEE DI YOGYAKARTA**

Saya kerjakan guna memenuhi sebagian syarat-syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah MURNI hasil pekerjaan saya dan bukan tiruan atau duplikasi dari karya pihak yang lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi tiruan dari karya pihak lainnya, maka saya bersedia diberikan sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, ... 30 Juni ..2020



Ira Gracelya Lasani (11170252)

## HALAMAN MOTTO

"믿는순간부터자기자신을남에게비교하지않아"

(바바-아이콘)

“Sebab sesungguhnya, kegelapan menutupi bumi, dan kekelaman menutupi bangsa – bangsa: tetapi terang Tuhan terbit atasmu, dan kemuliaan-Nya menjadi nyata atasmu.”

(Yesaya 60 : 2)

© UKDW  
“I made my prayer to the Lord in my trouble:  
and the Lord gave me an answer, and put me in a wide place.”

(Psalm 118:5)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Tuhan Yesus yang memberikan saya kehidupan dan menyertai saya.
- Mama Alfrida Nirma Eleonard Marande yang selalu mendukung saya dan papa Efer Lasani yang menginspirasi selama ia hidup di dunia
- Kakak Aryo Pratama Lasani saya yang selalu memberikan dukungan.
- Opa Robert Lasani yang selalu memberi dukungan dan bantuan.
- Dosen pembimbing Bapak Sisnuhadi yang telah sabar dalam melakukan proses bimbingan.
- Teman-teman saya yang sudah mendukung dan memberi motivasi untuk mengerjakan skripsi
- Teman-teman yang sudah menemani saya untuk mengerjakan skripsi ini (William, Lanny, Aryo, Icha, Michael, Eping, Paul, luis dan Stefika)
- Teman – teman angkatan 2016 dan 2017 dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
- Kakak limbong, Risna, dan Okto selaku senior saya yang perhatian sudah mendorong dan membantu saya selama proses penyelesaian skripsi ini
- Bobby oppa yang selalu memberi semangat lewat suaranya.
- Sahabat semasa sekolah saya Anisa, Ange, dan Agnes yang selalu memberi semangat

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul “**PENGARUH *EFFICENCY, SYTEM AVAILABILITY, PRIVACY DAN CONTACT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHOPEE DI YOGYAKARTA***”

Tujuan penulisan Skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi Manajemen (S1) di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari Kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materi baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati :

1. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini

2. Teristimewa Mama, dan kakak saya yang selalu mendukung dan mendoakan agar terselesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman yang juga ikut serta membantu dan mendukung penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
4. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu penulis hingga terselesaikannya Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh Karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan pembaca umumnya.

30 Juni  
Yogyakarta, .....2020

Penulis,



Ira Gracelya Lasani

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan penelitian .....	4
1.4 Manfaat penelitian .....	5
1.5 Batasan Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7

2.1	<i>E-commerce</i> .....	7
2.1.1.	Pengertian <i>e-commerce</i> .....	7
2.1.2	Jenis-jenis <i>e-commerce</i> .....	7
2.1.3	Komponen <i>e-commerce</i> .....	9
2.2	Kualitas Pelayanan .....	10
2.2.1.	Pengertian kualitas .....	10
2.2.2	Pengertian pelayanan .....	11
2.2.3	Karakteristik pelayanan .....	12
2.2.4.	Kualitas pelayanan elektronik ( <i>e-service quality</i> ) .....	13
2.2.5.	Dimensi Kualitas pelayanan elektronik .....	14
2.3.	Kepuasan konsumen .....	15
2.3.1	Metode pengukuran kepuasan konsumen .....	17
2.4	Hubungan antara <i>electronic service</i> terhadap kepuasan konsumen .....	20
2.5	Kerangka pemikiran .....	22
2.6	Hipotesis .....	24
BAB III METODE PENELITIAN .....		25
3.1	Jenis penelitian .....	25
3.2	Subjek dan Objek penelitian .....	25
3.3	Waktu dan lokasi penelitian .....	26
3.4	Populasi dan sampel .....	26
3.5.	Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	27
3.5.1	Definisi Operasional variabel .....	27
3.5.2	Pengukuran variabel .....	27
3.6	Sumber data .....	30
3.7	Teknik pengumpulan data .....	30
3.8	Analisis Deskriptif .....	30
3.8.1	Instrumen Penelitian .....	31
3.9.	Uji statistik .....	33
3.9.1	Analisis regresi linear berganda .....	33
3.9.2	Uji Hipotesis .....	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....		37
4.1	Profil Konsumen .....	37
4.1.1	Karakteristik Responden .....	37

4.1.2	Data dan Pembahasan .....	40
4.2	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	41
4.2.1	Uji Validitas .....	41
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	45
4.3	Uji Hipotesis .....	47
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
4.3.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49
4.3.3	Uji Signifikasi secara Simultan (Uji $f$ ).....	50
4.3.4	Hasil uji signifikasi secara Parsial (Uji $t$ ) .....	51
4.4	Pembahasan hasil analisis data .....	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		58
5.1	Simpulan.....	58
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	59
5.3	Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA .....		62
LAMPIRAN.....		65

© UKD W

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator.....	28
Tabel 3.2 skala pengukuran variabel.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan .....	39
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan frekuensi penggunaan.....	40
Tabel 4.5 Hasil Uji variabel <i>Efficiency</i> (X1) .....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji variabel <i>Sytem Availiability</i> (X2).....	42
Tabel 4.7 Hasil Uji variabel <i>Privacy</i> (X3) .....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji variabel <i>Contact</i> (X4).....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabel Instrumen Penelitian. ....	46
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.12 Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49
Tabel 4.13 Nilai Uji f.....	50
Tabel 4.14 Uji t .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	24
--------------------------------------	----

©UKDW



## DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner .....	66
Data Kuesioner.....	69
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	80
Tabel Uji t.....	88
Tabel Uji f.....	89
Tabel Uji R <sup>2</sup> .....	90

©UKDW

**PENGARUH *EFFICIENCY*, *SYTEM AVAILIABILTY*, *PRIVACY* DAN  
*CONTACT* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHOPEE DI  
YOGYAKARTA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *efficiency*, *sytem avaiilabilty*, *privacy* dan *contact* terhadap kepuasan konsumen Shopee di Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap konsumen Shopee di Yogyakarta dengan cara menyebarkan kuesioner. Sampel diambil dengan menggunakan metode *Accidental sampling* sebanyak 100 responden. Variabel penelitian ini terdiri atas 4 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen terdiri dari: *efficiency*, *sytem avaiilabilty*, *privacy* dan *contact*, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan Konsumen. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda, dengan uji hipotesis yaitu uji-F dan uji-t.

Hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,576 (57,6 %). Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel dependen dipengaruhi sebesar 57,6% oleh variabel independen sedangkan 42,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model regresi. *Efficiency* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee secara parsial dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima. *Sytem avaiilability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee secara parsial dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima. *Privacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee secara parsial dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak. *Contact* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee secara parsial dengan demikian hipotesis diterima.

Kata kunci: *Efficiency*, *Sytem Avaiilability*, *Privacy*, *Contact*, Kepuasan Konsumen

**THE EFFECT OF *EFFICIENCY, SYTEM AVAILIABILTY,*  
*PRIVACY AND CONTACT TOWARD SHOPEE COSTUMER*  
**SATISFACTION****

**ABSTRACT**

*This study aims of this study is to determine the effect of service quality toward consumer satisfaction at the Café Coklat in Yogyakarta.*

*This research was conducted by a survey of Shopee consumers in Yogyakarta by distributing questionnaires. Samples were taken using the accidental sampling method, with 100 respondents. The variables of this study consisted of 4 independent variables and 1 dependent variable. The independent variables are : efficiency, sytem availiabilty, privacy and contact, while the dependent variable is Consumer satisfaction. Data were analyzed using multiple linear regression, with hypothesis testing namely the F- test and t-test.*

*The Result: From the data analysis that has been done through the Coefficient of Determination ( $R^2$ ) test with a result of .576 (57.6%) it can be concluded that the dependent variable is influenced by 57.6% by the independent variable while the other 42.4% is influenced by other factors outside the regression. Efficiency has a significant effect on Shopee customer satisfaction partially thus, the hypothesis of this study is accepted. Sytem availiabilty, have a significant effect on Shopee customer satisfaction so that the research hypothesis is accepted. Privacy does not have a significant effect on Shopee consumer satisfaction, so the hypothesis is rejected.*

*Keywords: Efficiency, Sytem Availiability, Privacy, Contact, Consumer Satisfaction*

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Adanya perkembangan teknologi yang pesat mempengaruhi banyak aspek yang ada termasuk aspek bisnis. Salah satu perkembangan teknologi yang ada adalah dengan hadirnya teknologi internet Menurut Aji Supriyanto (2005: 336), internet adalah sebuah jaringan komputer global, yang terdiri dari jutaan komputer yang saling terhubung dengan menggunakan protokol yang sama untuk berbagi informasi secara bersama. Informasi yang dapat diakses berupa data teks, gambar atau image, animasi, video, suara, atau kombinasi di antaranya dan bahkan komunikasi bisadilakukan secara langsung dengan suara dan video sekaligus. Hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan perangkat komunikasi misalnya telepon dan satelit yang juga menggunakan protokol standar dalam melakukan komunikasi, yaitu protocol TCP/IP (Transmission Control / Internet Protocol). Salah satu dampak yang terjadi pada aspek bisnis yakni dengan munculnya banyak *E-commerce* di Indonesia. *E-commerce* menurut Jony Wong (2010, p. 33) adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik seperti televisi, radio dan jaringan komputer atau internet. Perdagangan elektronik (*e-commerce*) memiliki beberapa keunggulan dari pada perdagangan konvensional, keunggulan dari adanya perdagangan elektronik (*e-commerce*) tidak hanya di rasakan oleh para penjual namun juga dirasakan oleh pembeli. Keunggulan yang dirasakan oleh penjual diantaranya meningkatkan pendapatan dengan mengurangi biaya-biaya operasional perusahaan seperti penggunaan kertas untuk media promosi melalui brosur, mengurangi keterlambatan pembayaran transaksi dengan

menggunakan transfer elektronik atau pembayaran yang tepat waktu serta dapat langsung di cek, mengurangi biaya sewa atau pembangunan gedung, mengurangi biaya tenaga kerja, serta mempermudah pelanggan dengan memberikan pelayanan kapanpun.

Data Bank Indonesia (BI) menyebutkan, transaksi toko online (*e-commerce*) di Indonesia sepanjang 2018 lalu mencapai Rp 77,766 triliun. Angka ini meroket 151% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai Rp 30,942 triliun Sementara untuk Januari 2019 saja, BI mencatat nilai transaksi di toko online angkanya mencapai Rp 8,204 triliun. Ini meningkat tinggi, yaitu 135,8% dibandingkan Januari 2018 lalu (Angka transaksi ini dikumpulkan dari sekitar delapan pemain utama *e-commerce* di Indonesia). Pesatnya pertumbuhan bisnis *e-commerce* menyebabkan munculnya banyak perusahaan yang berbasis *e-commerce*, sehingga menyebabkan perkembangan bisnis industri *e-commerce* bersaing dengan ketat. Masing-masing dari perusahaan tersebut semakin cermat dan kreatif di dalam membangun dan menentukan strategi bersaingnya. Perusahaan *e-commerce* kini berlomba-lomba memberikan penawaran promosi yang menggiurkan bagi para konsumennya misalnya saja seperti, pemberian promo gratis ongkir, discount, dan lain sebagainya. Cara ini telah banyak diterapkan oleh banyak perusahaan *e-commerce* misalnya saja Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee. Perusahaan harus mempunyai komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas jasa yang diberikan untuk memuaskan konsumen secara terus-menerus.kepuasan konsumen menjadi sangat penting karena pada kenyataan yang ada, konsumen tidak puas terhadap pelayanan jasa yang didapatkan cenderung akan mencari penyedia layanan jasa yang lain yang mampu memuaskan kebutuhannya.

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memedai (Tjiptono dan Chandra 2005:195), sedangkan Kotler (3003:61) mendefenisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Dari pengertian di atas dapat di pahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh. iPrice Group menobatkan Shopee sebagai *e-commerce* nomor dua dengan jumlah pengunjung situs bulanan Shopee sebanyak 56 juta pengunjung dan Shopee mendapatkan peringkat perama pada *Appstore* dan *Playstore*.

Menurut Kotler dan Keller (2008:132) survey konsumen menunjukkan bahwa hal yang paling signifikan yang menghalangi seseorang untuk berbelanja secara *online* adalah tidak adanya pengalaman yang menyenangkan, interaksi sosial, dan konsultasi pribadi dengan perwakilan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan dari fenomena *e-commerce* Indonesia yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *EFFICIENCY, SYSTEM AVAILABILITY, PRIVACY* DAN *CONTACT* TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN SHOPEE DI YOGYAKARTA”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *efficiency* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee?
2. Apakah *system availability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee?
3. Apakah *privacy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee?
4. Apakah *contact* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee?

## 1.3 Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah di uraikan sebelumnya, penelitian ini memiliki mempunyai tujuan. Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *efficiency* terhadap kepuasan konsumen shopee
2. Untuk mengetahui pengaruh *system availability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee
3. Untuk mengetahui pengaruh *privacy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee
4. Untuk mengetahui pengaruh *contact* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee

#### 1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan akan diperoleh informasi yang dapat bermanfaat antara lain:

1. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan penulis, khususnya ilmu pemasaran tentang kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan melalui pengolahan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Bagi pembaca

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pembaca dapat mengetahui tentang kualitas pelayanan *e-commerce* Shopee pada konsumen sudah terpenuhi atau belum terpenuhi.

3. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengetahui apakah pelayanan pada konsumen sudah baik atau belum.

4. Bagi universitas

Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar universitas Kristen duta wacana memiliki tambahan referensi dan koleksi kepustakaan dalam bidang manajemen pemasaran.



## 1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti oleh penulis tidak terlalu luas, maka penulis melakukan batasan-batasan penelitian sebagai berikut:

- a. Lokasi penelitian dilakukan di Daerah Istimewah Yogyakarta.
- b. Responden yang dibutuhkan adalah masyarakat Daerah Istimewah Yogyakarta baik mahasiswa/I, pegawai swasta, dll.
- c. Profil dari responden yang meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, kota tempat tinggal dan frekuensi penggunaan Shopee.
- d. Responden adalah orang yang pernah menggunakan Shopee.
- e. Variabel yang digunakan adalah variabel *efficiency*, *system availability*, *privacy*, dan *contact*.
- f. Jumlah dari responden adalah 100 Masyarakat atau konsumen yang pernah menggunakan Shopee.

Profil dari responden / konsumen, tak lain:

- A. Nama
- B. Jenis Kelamin : Laki – laki / Perempuan
- C. Usia : 17-30 Tahun keatas
- D. Pekerjaan :
  1. Pelajar / Mahasiswa
  2. Pegawai
  3. Wiraswasta
  4. Lain-lain
- E. Kota Tempat Tinggal : DIY/ Luar DIY
- F. Berapa kali menggunakan Shopee : 1 - lebih dari 10 kali

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, kesimpulannya adalah sebagai berikut:

##### **a. Profil Konsumen**

Kesimpulan dari data yang telah diolah dari 100 responden pengguna situs Shopee di Yogyakarta adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan jenis kelamin, dapat disimpulkan bahwa responden mayoritas adalah perempuan.
- b. Berdasarkan usia, dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak berusia 20 – 24 tahun.
- c. Berdasarkan pekerjaan, dapat disimpulkan responden terbanyak memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa.
- d. Berdasarkan kota tempat tinggal, dapat disimpulkan responden terbanyak bertempat tinggal di Yogyakarta.
- e. Berdasarkan frekuensi penggunaan, dapat disimpulkan bahwa paling banyak responden telah menggunakan situs Shopee sebanyak 1 – 5 kali.

## **b. Analisis Regresi Linier Berganda**

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan melalui uji regresi linier, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) *Efficiency* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee di Yogyakarta secara parsial, dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.
- 2) *Sytem aviliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee di Yogyakarta secara parsial, dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.
- 3) *Privacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee di Yogyakarta secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
- 4) *Contact* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee di Yogyakarta secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

- 1) Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa para responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
- 2) Cakupan dari jumlah responden hanya terbatas pada 100 orang responden.

- 3) Variabel peneliti hanya sebagian kecil mempengaruhi kepuasan konsumen. Sementara, masih banyak variabel lain yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

### 5.3 Saran

#### a. Bagi Perusahaan

- 1) Dalam penelitian ini *efficiency* memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerja situs, kemudahan penggunaan situsnya, ragam pilihan pembayaran, serta ke-efisienan dalam menggunakan situsnya.
- 2) Terkait dengan *system avaiability* yang dalam penelitian ini memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan fungsionalitas situsnya dan terus memperbaharui kelengkapan produk yang ada agar dapat memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen.
- 3) Terkait dengan *privacy*, dalam penelitian ini *privacy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan Shopee diharapkan dapat meningkatkan dan lebih mengekspose dan memunculkan lebih banyak informasi lagi mengenai jaminan keamanan data pribadi maupun transaksi konsumennya yang telah disediakan Shopee sehingga dapat menjadi perhatian dan

memberikan dampak kepuasan penggunaan bagi konsumennya yang merupakan mahasiswa/pelajar.

- 4) Dalam penelitian ini *contact* memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan Shopee dapat mempertahankan dan meningkatkan fasilitas *contact* serta kinerjanya agar dapat menyelesaikan permasalahan yang dimiliki konsumen dengan cepat.

#### **b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- 1) Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan yang tertutup, tetapi juga dapat diberikan dengan pertanyaan terbuka, yang dapat diajukan dengan metode *interview* untuk menjadi masukan dalam menganalisis responden. Sehingga dengan metode wawancara yang dilakukan, hasil didapatkan dapat lebih maksimal.
- 2) Peneliti selanjutnya dapat menambah cakupan dari jumlah responden penelitian menjadi lebih banyak lagi.
- 3) Waktu penyebaran kuesioner biasanya akan efektif jika dilakukan setelah konsumen telah menggunakan situs Shopee atau dalam posisi rileks dan tidak ada kesibukan lain agar kepuasan konsumen dapat diukur dengan lebih tepat dan akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji Supriyanto. 2005. Pengantar Teknologi Informasi. Salemba Infotek. Jakarta
- APJJI. 2019. “Pengguna internet di Indonesia 2018 bertambah 28 Juta”. Dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta> diakses pada 14 Februari 2020 pukul 13.00 WIB.
- Daniel, Wahyu. 2019. “Wow! Transaksi E-commerce RI 2018 capai 77T, lompat 151%. Dalam <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190311101823-37-59800/wow-transaksi-e-commerce-ri-2018-capai-rp-77-t-lompat-151> diakses pada 23 februari 2020 pukul 13.00 WIB.
- Erlina. 2008. *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi kedua, Cetakan Pertama, USU Press, Medan.
- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Cetakan Ke-4. Cv Andi. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2018. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Media Pressdindo. Yogyakarta
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- iPrice. 2019. “10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019”. Dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar> diakses pada 23 Februari 2020 pukul 14.20 WIB.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, Jilid 1, Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. New Jersey:Prentice Hall.
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta.
- Magdalena, Agnesia & Ferry Jaolis. 2018. “Analisis Antara E-service Quality, E-satisfaction, dan E-loyalty Dalam Konteks E-commerce Bibli. Dalam Jurnal Manajemen, Universitas Kristen Petra.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Cv Alfabeta. Bandung.
- Purbo, Onno W dan Aang Arif Wahyudi, 2000. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: Alexmedia Komputerindo.
- Ravikasari. 2017. “Pengaruh *Efficiency, Fulfillment, Sytem Availiability, Privacy* dan *Information Quality* Terhadap *Customer Statisfaction*”. Dalam penelitian Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Purworwjo.
- Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. 2013. *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Selemba Empat.
- Sugiono. 1999. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Edisi Kedua. Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tobagus, Anita. 2018. "Pengaruh E-service Quality Terhadap E-satisfaction Pada Pengguna di Situs Tokopedia". Dalam Jurnal AGORA vol.6, No.1.
- Turban. E., King. D., Lee. J. K., Liang, T. P., and Turban, D.C., 2015. *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. 8th Ed.* Springer International Publishing: Switzerland.
- Widyanita, Fika Ayu. 2018. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII Pengguna Shopee". Dalam Jurnal Ekonomi. Fakultas Ekonomi, Univesitas Islam Indonesia.
- Wong, J. 2010. *Internet marketing for beginners.* Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Yazid, 2005, Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi, Ekonisia, Yogyakarta.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. and Gremler, D. D. 2009, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 5th edition, New York: McGraw-Hill.

© UKDW