

SKRIPSI

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-WOM TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA SHOPEE
(Study Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali)**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Internasional,
Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali**

Diajukan Oleh:

I DEWA AYU BERLINA PRABASWARI

NIM: 2315764025

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

SKRIPSI

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-WOM TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA SHOPEE
(Study Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Internasional,
Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali**

Diajukan Oleh:

I DEWA AYU BERLINA PRABASWARI

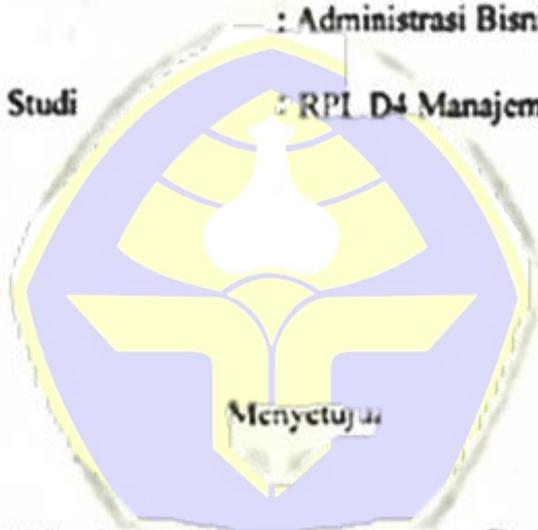
NIM: 2315764025

**JURUSAN ADMINISTRASI
BISNIS POLITEKNIK NEGERI
BALI BADUNG**

2024

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

1. Judul Skripsi : **PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-WOM TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA SHOPEE (Study Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali)**
2. Penulis
 - a. Nama : **I Dewa Ayu Berlina Prabaswari**
 - b. NIM : **2315764025**
3. Jurusan : **Administrasi Bisnis**
4. Program Studi : **RPL D4 Manajemen Bisnis Internasional**



Badung, 19 Juli 2024

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

I Ketut Santra, M.Si.
NIP. 196710211992031002

I Made Widiarta, S.Psi., M.Si
NIP. 197902182003121002

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-WOM TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA SHOPEE (Study Pada Mahasiswa Jurusan
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali)**

Oleh:

I Dewa Ayu Berlina Prabaswari
NIM 2315764025

Disahkan:
Ketua Penguji


I Made Widiantara, S.Psi,M.Si
NIP. 197902182003121002

Penguji I



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA,Ph.D
NIP. 196409291990032003

Penguji II



Ida Ayu Putri Widiyasuari Riyasa, S.E.,M.M
NIP. 0004119601

Mengetahui
Jurusan Administrasi Niaga
Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA,Ph.D
NIP. 196409291990032003

Badung, 9 Agustus 2024
Prodi Manajemen Bisnis Internasional
Ketua,



Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M
NIP. 19761203200812200

MOTTO

"Bangkitlah wahai manusia, kegagalan bukanlah takdirmu.
Engkau telah dianugerahi intelegensia untuk menghindari
kegagalan."

(Atharva Weda 8.1.6)

"Sejauh Mana orang berserah dari kepadaku, sejauh itulah aku
menganugrahi mereka. Semua orang menempuh jalan-ku dalam
segala hal."

(Bhagawad Gita IV.1)

"Kehidupan ini sudah pasti berperang dengan masalah, maka
hadapi masalah itu dan tetap tegar, semua akan berlalu dan
masalah itu akan menjadi sebuah cerita dikemudian hari yang
nantinya akan kita ceritakan sebagai pengalaman hidup"

PERSEMBAHAN

Dengan Penuh Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, maka
skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua yang saya cintai dan hormati.
2. Saudara, keluarga, sahabat dan teman-teman yang saya
cintai.
3. Para dosen dosen yang saya hormati.
4. Almamater yang saya banggakan

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Dewa Ayu Berlina Prabaswari

NIM : 2315764025

Prodi/Jurusan : RPL D4 Manajemen Bisnis Internasional

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Skripsi saya dengan judul:

PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-WOM TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA SHOPEE (Study Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali)

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, 19 juli 2024

Yang menyatakan,



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh e-service quality dan e-wom terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah 92 Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang memakai aplikasi shopee untuk berbelanja fasion yang tidak diketahui berapa jumlahnya. Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan Teknik pengambilan sampelnya Total Sampling. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis model statistik yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji T, uji F, dan koefisien determinasi R² dengan menggunakan software SPSS22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen yaitu e-service quality dan e-wom terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : E-Service Quality; E-Wom; Kepuasan Pelanggan.

POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

This research aims to determine the extent of the influence of e-service quality and e-WOM on customer satisfaction on the Shopee application. The population in this research were 92 students majoring in Business Administration at the Bali State Polytechnic who used the Shopee application to shop for fashion, the number of which is unknown. The method used in this research is a quantitative method, with the sampling technique being Total Sampling. Hypothesis testing in this research uses statistical model analysis consisting of validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, T test, F test, and coefficient of determination R² using SPSS22 software. The research results show that there is an influence between the independent variables, namely e-service quality and e-wom, on the dependent variable customer satisfaction.

Keywords: *E-Service Quality, E-Wom, Customer Satisfacti*

POLITEKNIK NEGERI BALI

PRAKATA

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Shopee (Study Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali)”, tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis tulis dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan lulus Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional. Berkat kerjasama dan bimbingan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar di Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA.,Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan dan izin terhadap penyusunan skripsi ini.
3. Bapak I Gusti Ketut Gede, SE, MM selaku Ketua Program Studi RPL Manajemen Bisnis Internasional memberikan pengarahan dan izin terhadap penyusunan skripsi ini.
4. Bapak I Ketut Santra, M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penulisan skripsi dan senantiasa memberikan pengarahan, saran dan motivasi kepada penulis.
5. Bapak I Made Widiantara, S.Psi.,M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam penulisan skripsi dan senantiasa saran kepada penulis.
6. Bapak/Ibu Dosen dan staf pegawai Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengertian dan pemahaman berbagai mata kuliah selamaperkuliahan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini, serta bantuan dan pelayanan yang baik atas keperluan penulis di jurusan.

7. Orang tua serta keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan secara moral dan material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
8. Para sahabat dan teman-teman baik di kampus maupun di luar kampus yang senantiasa memberikan dukungan selama masa pendidikan dan pelaksanaan praktik kerja lapangan
9. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih banyak atas dukungannya.

Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan segala pendapat, saran, serta kritik yang sifatnya membangun dari pembaca demi penyempurnaan skripsi ini. Penulis juga memohon maaf apabila sekiranya dalam uraian terdapat kata-kata yang kurang berkenandihati pembaca. Sebagai akhir kata, penulis ucapkan terima kasih. Semoga bermanfaat.

Badung, 2024

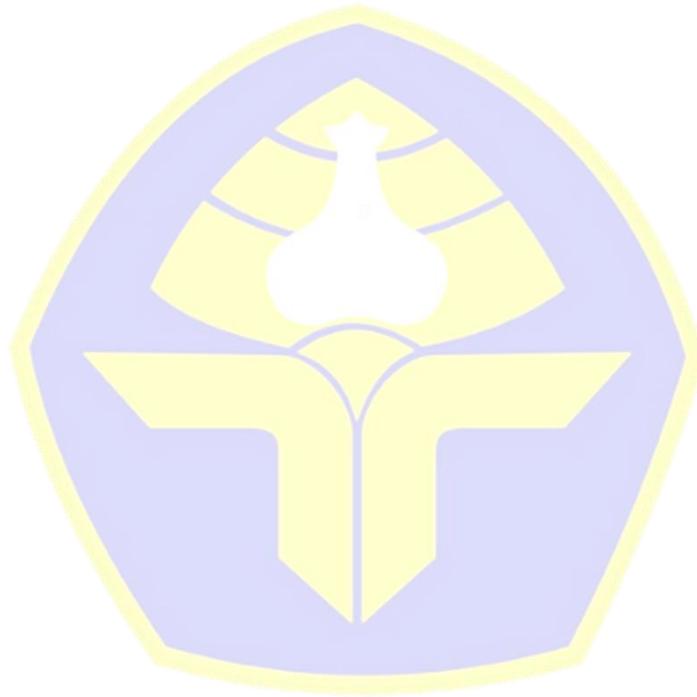


POLITEKNIK NEGERI BALI Penulis

DAFTAR ISI

Persetujuan Dosen Pembimbing	iii
Tanda Pengesahan Skripsi.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
Daftar Lampiran	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	2
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran	8
2.1.1.1 <i>E-Service Quality</i>	9
2.1.1.2 <i>E-Word Of Mouth</i>	10
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	12
2.2 Kajian Empiris	14
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis	15
BAB III.....	17

METODE PENELITIAN	17
3.1 Populasi dan Sampel	17
3.2 Data Penelitian	17
3.3 Teknik Sampling	18
3.4 Formulasi dan Variabel Penelitian	18
3.4 Metode Analisis	19
3.4.1 Metode Analisis Deskriptif	20
3.4.2 Uji Validitas dan Reabilitas	20
3.4.3 Uji Asumsi Klasik	21
3.6.4 Uji regresi linear berganda	22
3.6.5 Uji Hipotesis	22
3.6.6 Koefisien Determinasi (R²)	23
BAB IV.....	24
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Hasil Analisis dan Pembahasan	24
4.1.1 Karakteristik responden	24
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	24
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas	24
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian di Shopee	25
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	26
4.1.2 Statistik Deskriptif Tanggapan Responden	26
4.1.2 Uji Pendahuluan	30
1. Uji Validitas	30
2. Uji Reliabilitas	32
4.1.3 Uji asumsi klasik	32
4.1.4 Hipotesis	36
4.1.5 Pembahasan	40
2 Implikasi Hasil Penelitian	41
BAB V	45
PENUTUP.....	45
5.1 Simpulan	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46



POLITEKNIK NEGERI BALI

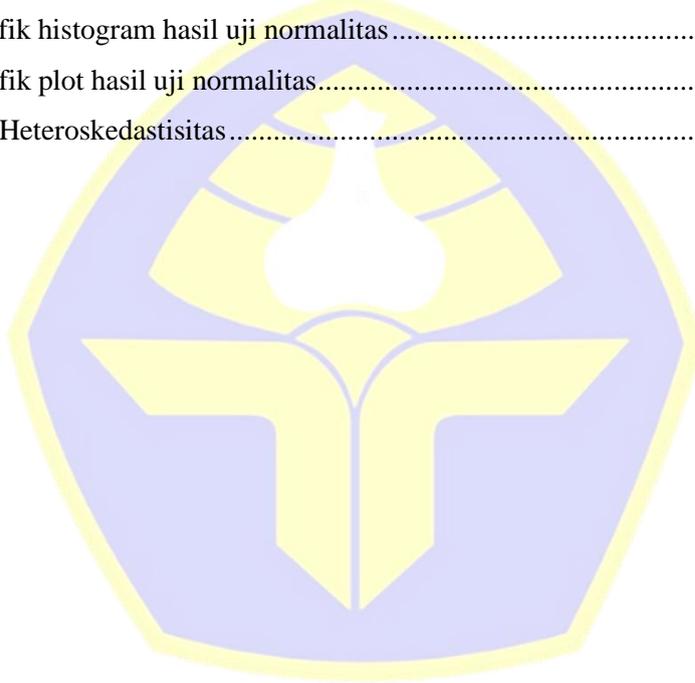
DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	24
Tabel 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Aktivitas	25
Tabel 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian di Shopee	25
Tabel 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	26
Tabel 6 Statistik Deskriptif E-service quality	27
Tabel 7 Statistik Deskriptif E-service quality	28
Tabel 8 Statistik Deskriptif Kepuasan pelanggan	29
Tabel 9 Hasil Pengujian Validitas.....	31
Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 11 Uji normalitas	33
Tabel 12 Uji Multikolinitas.....	35
Tabel 13 Analisis Regresi Linier Berganda	37
Tabel 14 Uji T.....	38
Tabel 15 Uji F.....	39
Tabel 16 Hasil Koefisien Determinasi	39

POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	16
Gambar 2 Grafik histogram hasil uji normalitas	34
Gambar 3 Grafik plot hasil uji normalitas	34
Gambar 4 Uji Heteroskedastisitas	35



POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Koesioner Penelitian

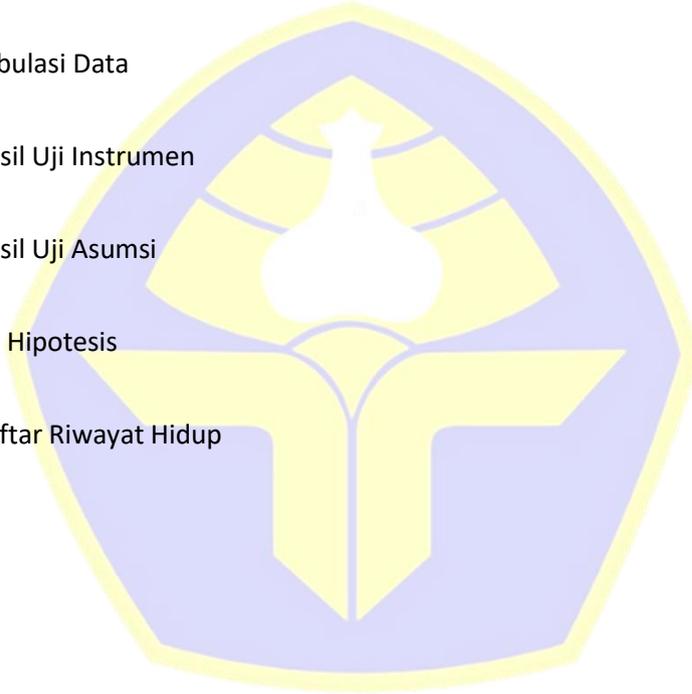
Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen

Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi

Lampiran 5 Uji Hipotesis

Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup



POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan *e-commerce* saat ini telah melahirkan banyak marketplace di Indonesia, salah satunya *Shopee*. *Shopee* adalah salah satu aplikasi berbasis online yang memungkinkan orang berbelanja dan mendapatkan produk yang mereka inginkan dengan harga terjangkau tanpa dibatasi oleh jarak atau waktu. Banyak aplikasi yang mengembangkan aplikasi berbasis perdagangan elektronik (*e-commerce*) untuk dipasang di ponsel pintar dan didistribusikan ke masyarakat di seluruh dunia. seperti *Shopee*, *Bukalapak*, *Tokopedia*, *Shopee*, *Lazada*, *Bukalapak*, *Bhinneka*, *Blibli*, *JD.id*, *Elevania*, *Ralali*, *Mataharimall*, *Sale Stock*, dan lainnya. Jika dibandingkan dengan aplikasi *e-commerce* lainnya, *Shopee* adalah yang paling baru. Meskipun demikian, *Shopee* adalah salah satu aplikasi *e-commerce* yang paling populer di Indonesia untuk berbelanja online. Dengan demikian, pasar menawarkan lebih banyak promosi pasar dan pilihan sehingga juga turut menghadirkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan.

Pada aplikasi *shopee* kita bisa membuat penilaian terhadap kepuasan pelanggan dan itu sangat penting untuk rating sebuah toko yang ada di marketplace ataupun di aplikasi *shopee* tersebut. Kepuasan pelanggan berhubungan dengan baik senang ataupun kecewa yang merupakan hasil dari membandingkan layanan atau produk yang dikonsumsi sesuai dengan harapan pelanggan. atau minat membeli ulang adalah kepuasan pelanggan yang diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan kembali Tjiptono (2014).

Senada dengan pendapat di atas yang membahas terkait kepuasan pelanggan, menurut Oliver dalam penelitian Hidayah (2017) kepuasan pelanggan adalah keadaan psikologis yang dihasilkan ketika seorang pelanggan puas dimana ia tidak

lagi mencari alternatif lain selain website yang ia gunakan saat itu. Menurut Gounaris et al (2010) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai pengalaman yang dirasakan setelah menggunakan produk dan membandingkan antara persepsi kualitas dan kualitas yang diharapkan. Berdasarkan pendapat tersebut maka tidak heran jika aplikasi-aplikasi perbelanjaan online termasuk *shopee* berlomba-lomba memperjuangkan kepuasan pelanggan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya kepuasan pelanggan adalah *eservice quality*, menurut Damayanti dan Putro (2022) mengatakan bahwa kualitas layanan elektronik merupakan sejauh mana situs jaringan atau website memberikan fasilitasi kegiatan organisasi atau suatu pelayanan publik yang efektif dan efisien. *Kualitas layanan elektronik juga merupakan suatu pelayanan yang dapat diberikan pada suatu jaringan internet sebagai suatu perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memberikan fasilitas kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi yang dilakukan secara efektif dan efisien, penyampaiannya sehingga dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan (Juhria et al., 2021)*. Meskipun e-service quality penting, Electronic Word of Mouth (e-wom) juga berfungsi sebagai saluran komunikasi pemasaran yang sangat efisien dan efektif saat ini, tanpa mengabaikan kualitas e-service quality. Hal ini disebabkan oleh cakupan yang luas, penyebaran informasi yang cepat, serta biaya yang terjangkau (Arie, 2022).

Penelitian ini memfokuskan pada mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Bali sebagai sampel penelitian. Mahasiswa merupakan kelompok konsumen yang unik dengan karakteristik, preferensi, dan kebutuhan tertentu. Segmentasi ini memberikan wawasan khusus tentang bagaimana faktor-faktor seperti E-Service Quality dan E-WOM memengaruhi kepuasan pelanggan di kalangan mahasiswa, yang dapat memiliki implikasi yang berbeda dari segmen konsumen lainnya. Melalui penelitian ini, diharapkan akan ditemukan wawasan baru tentang bagaimana E-Service Quality dan E-WOM memengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya di kalangan mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis di

Politeknik Negeri Bali, serta implikasi praktis yang dapat diterapkan dalam konteks industri e-commerce di Indonesia.

Sebelum perumusan masalah, penting untuk memahami hal yang melatarbelakangi penelitian ini. Pertama, dengan berkembangnya teknologi digital, *platform e-commerce* seperti *Shopee* telah menjadi salah satu pilihan utama bagi masyarakat Indonesia dalam berbelanja secara online. Kedua, mahasiswa sebagai salah satu segmen pengguna yang signifikan memiliki pola belanja yang unik, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas layanan elektronik (E-Service Quality) dan pengaruh dari ulasan atau rekomendasi pengguna lain (E-WOM). Namun, meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di industri e-commerce, belum ada studi yang secara khusus memfokuskan pada pengguna *Shopee* di kalangan mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Bali. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan literatur tersebut dengan mengeksplorasi pengaruh E-Service Quality dan E-WOM terhadap kepuasan pelanggan di konteks ini. Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian di berjudul: *“PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-WOM TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali)”*

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang perlu dilakukan maka rumusan masalah yakni:

- a) Apakah e-service quality berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna *shopee* ?
- b) Apakah e-wom berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna *shopee*?
- c) Apakah e-service quality dan e-wom berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna *shopee*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan pengguna shopee.
- b) Untuk mengetahui pengaruh e-wom terhadap kepuasan pelanggan pengguna shopee.
- c) Untuk mengetahui e-service quality dan e-wom berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna shopee.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

1.4.1 Kontribusi Teoritis

Menambah pengetahuan, pemahaman kepada mahasiswa terkait ilmu pengetahuan

1.4.2 Kontribusi Praktis

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan khususnya mengenai pengaruh e-service quality dan e-wom terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini dapat memberikan informasi secara tertulis maupun sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang yang sama

3. Bagi Akademisi

Bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu ekonomi dan manajemen serta berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian terhadap kajian teori dari pengaruh e-service quality dan e-wom terhadap kepuasan pelanggan.

4. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan masukan atau rekomendasi kepada pihak terkait yang untuk shopee.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan skripsi. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut : Penyajian laporan skripsi ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. Bagian Awal Skripsi

Bagian awal memuat halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan dosen pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto dan persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, arti lambang dan singkatan dan abstraksi.

2. Bagian Utama Skripsi.

Bagian Utama terbagi atas bab dan sub bab yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka ini meliputi Telaah penelitian yang berisi tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Landasan teori yang berisi tentang pembahasan pengertian dan penjelasan tiap variable serta kerangka berpikir

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam pengembangan sistem informasi. Agar sistematis, bab metode penelitian meliputi : Pemilihan Lokasi dan Waktu Penelitian, Analisa Kebutuhan, Alur Penelitian

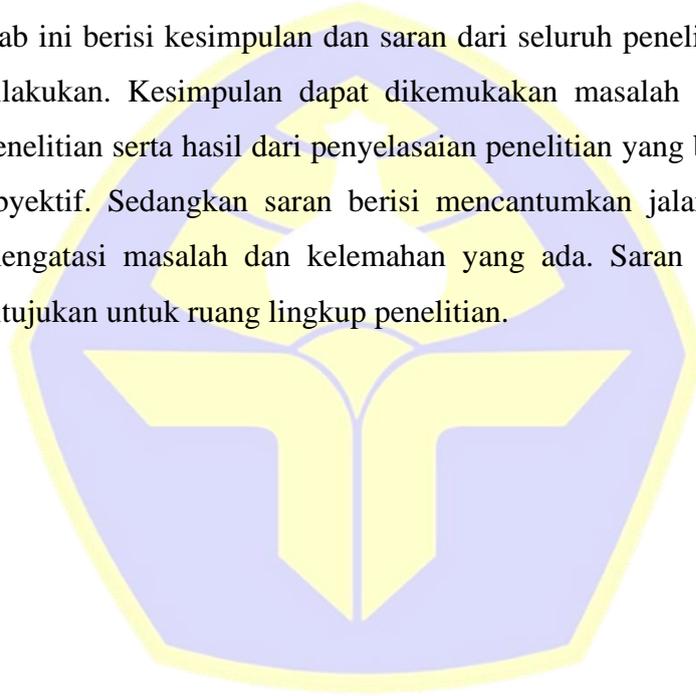
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran hasil penelitian dan analisa. Baik dari secara kualitatif, kuantitatif dan statistik, serta pembahasan hasil

penelitian. Agar tersusun dengan baik diklasifikasikan ke dalam : Hasil Penelitian dan Pembahasan

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat dikemukakan masalah yang ada pada penelitian serta hasil dari penyelesaian penelitian yang bersifat analisis obyektif. Sedangkan saran berisi mencantumkan jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan yang ada. Saran ini tidak lepas ditujukan untuk ruang lingkup penelitian.



POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang sejauh mana pengaruh e-service quality dan e-wom terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara serentak, e-service quality dan e-wom berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan shopee
2. Secara parsial, e-service quality dan e-wom berpengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan shopee
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu E-Service Quality (X1) dan E-Wom (X2) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen (Y).

5.2 Saran

1. Peningkatan Kualitas Layanan

Shopee perlu terus mengoptimalkan efisiensi, keandalan, dan keamanan platformnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengelolaan e-WOM. Shopee dapat mengimplementasikan strategi untuk mendorong ulasan positif dan menangani ulasan negatif dengan efektif guna meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

2. Studi Lanjutan

Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengkaji variabel lain seperti harga, promosi, dan faktor demografis yang mungkin juga mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks e-commerce. Dengan memahami dan mengaplikasikan hasil penelitian ini, diharapkan Shopee dapat lebih baik dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, khususnya di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, L. I. N., & Worang, F. G. (2022). the Influences of E-Wom of Reference Group and Instagram Influencer Toward Wardah and Maybelline Brand Image Pengaruh E-Wom Dari Kelompok Referensi Dan Influencer Instagram Terhadap Citra Merek Wardah Dan Maybelline. *Arie 143 Jurnal EMBA*, 10(1), 143–151.
- Damayanti, D., & Putro, S. D. (2022). Pengaruh Electronic Service Quality (E-Servqual) Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Shopee. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 187–198.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal Fauzi, F., Yusuf, A., & Ekonomi Bisnis Universitas Singaperbangsa, F. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnalmanajemen*, 13(1), 55–62.
- Kunadi, E. F., Wuisan, D. S. S., Pelita, U., & Tangerang, H. (2021). Loyalty Pengguna Gofood Indonesia Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Dan Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat) Pengaruh*, 8(1).
- Lestari, E. D., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Februari 2021 EMBISS*, 1(2), 75.
- Makawoka, C. D. P., Soepeno, D., & Loindong, S. S. . (2022). Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 817.

- Muharam, H., Chaniago, H., Endraria, E., & Harun, A. Bin. (2021). E-Service Quality, Customer Trust and Satisfaction: Market Place Consumer Loyalty Analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(2), 237.
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 12–31.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt . Matahari Department Store Di Mantos 2. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1428–1438.
- Rianto, M. R., Setyawati, N. W., Rohaeni, H., & Woelandari, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2159–2166.
- Rumaningsih, M., Suyamto, S., & Zailani, A. (2022). Peningkatan Minat dan Keputusan Untuk Berkunjung Melalui Komunikasi Electronic Word of Mouth (E-WOM) pada Pengunjung Wisata Budaya di Kota Solo. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(4), 512.
- Sari, I., Rinawati, T., & Rizkiana, C. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Online Consumer Review (Ocr) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Solusi*, 20(2), 160.
- Shalsha Afifah Ayumi, Erlyna Wida Riptanti, & Isti Khomah. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dalam Menentukan Kunjungan Wisata (Studi Kasus Pada Kampoeng Kopi Banaran Semarang). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(1), 1–16.
- Zaky, N. S. A., Nugraha, H. S., & Farida, N. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada E-Commerce Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 70–79.