

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN
MENGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE*
ANALYSIS (IPA) PADA ONLINE SHOP SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
pada Program Studi Manajemen



OLEH ;

ANGGINI

NPM : 18.1.02.02.0252

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU
REPUBLIK INDONESIA
UNP KEDIRI
2022**

Skripsi oleh:

ANGGINI

NPM: 18.1.02.02.0252

Judul:

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN
MENGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE*
ANALYSIS (IPA) PADA ONLINE SHOP SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri)**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 8 Juli 2022

Pembimbing I



Dr. Subagyo, M.M
NIDN. 0717066601

Pembimbing II



Moch. Wahyu Widodo, M.M
NIDN. 0721088505

Skripsi oleh:

ANGGINI

NPM: 18.1.02.02.0252

Judul:

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN
MENGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE*
ANALYSIS (IPA) PADA ONLINE SHOP SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri)**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal: 20 Juli 2022

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Subagyo, M.M.
2. Penguji I : Diah Ayu Septi Fauji, M.M.
3. Penguji II : Moch. Wahyu Widodo, M.M.



Mengetahui,
Dean FBS
Dr. Subagyo, M.M.
NIDN/07170666

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Anggini
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. lahir : Bengkulu/ 09 Oktober 1999
NPM : 18.1.02.02.0252
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 13 Juli 2022

Yang Menyatakan

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Anggini', written over a circular stamp or mark.

ANGGINI
NPM: 18.1.02.02.0252

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

1. *Untuk setiap yang hilang, terenggut, terlepas dari genggaman, semoga Allah memberi ganti dengan yang lebih baik, indah, tepat menurutNya.*
2. *Jangan mundur sebelum mencoba, beban berat itu hanya ada pada pikiran. Coba dulu nanti akan terbiasa.*

Kupersembahkan karya ini untuk:

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah

1. Kedua orang tua saya Bapak Madzkur dan Ibu Lesmi Astia. Terimakasih atas segala doa, dukungan, nasihat dan motivasinya sehingga tugas akhir ini dapat selesai dengan tepat waktu.
2. Kakak saya Putri Kurniati dan adik saya Sofiana Cahayani yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya.
3. Seluruh teman-teman tercinta yang selalu mendukung, menyemangatiku, dan motivasi serta mendengarkan keluh kesahku dalam mengerjakan skripsi ini.

Abstrak

Anggini : Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) Pada Online Shop Shopee, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, *Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy*.

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa penilaian tingkat kepuasan pelanggan perlu dilakukan oleh perusahaan Shopee untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Shopee kepada konsumennya. Penelitian ini menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*). Dalam penelitian ini dapat didefinisikan permasalahan yang terjadi seperti banyaknya pesaing yang menawarkan produk-produk sejenis, terdapat beberapa hal mengenai ketidakpuasan konsumen dari dimensi bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*). Batasan dalam penelitian ini hanya pada analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan situs *online shop* Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif . sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 92 responden mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan angket, sedangkan analisis data yang dilakukan menggunakan teknik *Analisis Importance Performace*. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu masih terdapat beberapa pelanggan yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh shopee berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan pada bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*).

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas kehendak-Nya penyusunan proposal skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) PADA ONLINE SHOP SHOPEE**”. ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Subagyo, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr. Subagyo, selaku dosen pembimbing 1 yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan dengan tulus.
5. Moch. Wahyu Widodo, M.M., selaku Dosen Pembimbing 2 yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan dengan tulus
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
7. Kedua orang tua, keluarga, dan sahabatku yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik dalam bentuk material maupun spiritual.

8. Ucapan terima kasih disampaikan pula kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan proposal skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur, sapa, kritik dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhir kata, diharapkan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua.

Kediri, 13 Juli 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Anggini', written over a circular stamp or mark.

ANGGINI

18.1.02.02.0252

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8

BAB II : KAJIAN TEORI	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Kepuasan Pelanggan	9
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	9
b. Faktor Penentu Tingkat Kepuasan Pelanggan	10
c. Pasca Pembelian, Kepuasan Dan Komitmen Konsumen ..	12
d. Indikator Kepuasan Konsumen.....	13
e. Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	17
B. Kajian Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Konseptual.....	21
 BAB III : METODE PENELITIAN.....	 26
A. Identifikasi Variabel Penelitian	26
1. Variabel Penelitian	26
2. Definisi Operasional Variabel.....	26
B. Pendekatan Penelitian dan Teknik Penelitian	30
1. Pendekatan penelitian.....	30
2. Teknik penelitian.....	30
C. Tempat dan Waktu Penelitian	31
1. Tempat penelitian.....	31
2. Waktu penelitian	31
D. Populasi Dan Sampel	32
E. Instrumen Penelitian	34

1. Instrumen penelitian	35
2. Validitas dan reabilitas instrumen	39
a. Uji validitas	39
b. Uji reabilitas	42
F. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
1. Sumber data	43
2. Teknik pengumpulan data.....	44
G. Teknik Analisis Data.....	45
1. Analisis Importance Performance	45
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Penelitian	50
1. Gambaran umum objek penelitian	50
2. Gambaran umum subjek penelitian.....	55
B. Deskripsi Data Variabel	57
C. Analisis Data	61
1. Analisis Importance Performance	61
BAB V : SIMPULAN DAN SARAN	84
A. Simpulan	84
B. Saran	85
Daftar Pustaka	89
Lampiran-Lampiran.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 : Rangkuman Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 : Skala Likert	36
Tabel 3.2 : Interval Rata-Rata Variabel Berdasarkan Kategori.....	37
Tabel 3.3 : Kategori Tingkat Pencapaian Responden	38
Tabel 3.4 : Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 3.5 : Uji Validitas Instrumen Penelitian	41
Tabel 3.6 : Hasil Uji Instrumen Reliabilitas	43
Tabel 4.1 : Jumlah Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.2 : Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.3 : Distribusi Frekuensi Variabel Bukti Langsung	57
Tabel 4.4 : Distribusi Frekuensi Variabel Keandalan	58
Tabel 4.5 : Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tangkap	59
Tabel 4.6 : Distribusi Frekuensi Variabel Jaminan	60
Tabel 4.7 : Distribusi Frekuensi Variabel Kepedulian.....	61
Tabel 4.8 : Penilaian Tingkat Kesesuaian	62
Tabel 4.9 : Hasil Tingkat Kesesuaian Bukti Langsung	64

Tabel 4.10 : Hasil Tingkat Kesesuaian Keandalan	66
Tabel 4.11 : Hasil Tingkat Kesesuaian Daya Tangkap	69
Tabel 4.12 : Hasil Tingkat Kesesuaian Jaminan.....	71
Tabel 4.13 : Hasil Tingkat Kesesuaian Kepedulian.....	74
Tabel 4.14 : Rata-Rata Item Pernyataan	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 3.1 : Diagram Kuadran Pelayanan.....	48
Gambar 4.1 : Logo Shopee.....	51
Gambar 4.2 : Tampilan Beranda Shopee	53
Gambar 4.3 : Hasil Diagram Kuadran Kualitas Pelayanan.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Kuesioner.....	90
2 : Hasil kuesioner kinerja.....	94
3 : Hasil kuesioner harapan	95
4 : Hasil tingkat kesesuaian (Tki)	96
5 : Rata-rata item pernyataan.....	97
6 : Surat izin melakukan penelitian.....	98
7 : Berita acara bimbingan skripsi	99

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Castells (2012) menyebutkan bahwa teknologi merupakan suatu kumpulan alat, aturan dan juga prosedur yang merupakan penerapan dari sebuah pengetahuan ilmiah terhadap sebuah pekerjaan tertentu dalam suatu kondisi yang dapat memungkinkan terjadinya pengulangan.

Ada beberapa macam jenis teknologi, salah satunya yaitu teknologi komunikasi.) teknologi komunikasi merupakan peralatan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi dengan individu-individu-individu lain (rogers, 2017)

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini menjadi teknologi yang paling terasa di kehidupan manusia. Dimana dahulu kita yang hanya mengenal sedikit media komunikasi seperti radio, televisi, dan media cetak, akan tetapi sekarang teknologi komunikasi hadir dengan variasi yang sangat banyak. Contoh teknologi komunikasi yang bisa dinikmati pada saat ini yaitu email, smartphone, serta aplikasi pesan singkat lainnya. Seiring dengan adanya perkembangan zaman, perkembangan teknologi semakin meningkat terutama pada teknologi komunikasi hal ini dikarenakan kebutuhan manusia dalam pemenuhan informasi juga semakin meningkat. Dengan kemajuan di bidang teknologi informasi serta komunikasi pada saat

ini, dunia tidak lagi mengenal batas, jarak, ruang dan juga waktu. Salah satu hal yang mempengaruhi perkembangan teknologi komunikasi adalah dengan adanya internet, dimana internet mampu mempermudah manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi.

Internet terus berkembang hingga saat ini bahkan masyarakat menjadikannya sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan, salah satunya yaitu kegiatan pembelian atau belanja barang maupun jasa secara *online*. Kegiatan belanja *online* adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan *real-time* tanpa suatu media perantara melalui internet (Elissa & Mujiyana, 2013).

Hadirnya perdagangan elektronik yang biasa disebut juga dengan *e-commerce*, dimana *e-commerce* adalah suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antar perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik (Barkatullah, 2019). Dengan demikian pada prinsipnya bisnis dengan *e-commerce* adalah bisnis tanpa warkat *paperless trading*. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan *browser web* untuk membeli dan menjual produk.

Pada era sekarang ini, banyak sekali produsen yang memasarkan produknya melalui situs belanja *online*. Situs *online* ialah salah satu teknologi yang perkembangannya semakin pesat. Bisnis *online* menjadi bisnis yang sangat menjanjikan, hal ini juga mendasari semakin banyaknya

bisnis *online* yang hadir di Indonesia Perkembangan yang terjadi pada bisnis *online* di Indonesia sangat pesat, hal ini menandakan era pemanfaatan teknologi informasi yang sudah mulai diakui akan kebenarannya . Bisnis *online* atau bisa juga disebut dengan *e-commerce* semakin banyak di Indonesia hal ini disebabkan oleh perkembangan internet dan juga adanya perubahan perilaku konsumen.

Mudahnya akses internet baik melalui *wifi* ataupun perangkat *gadget* memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai suatu produk atau jasa yang di carinya dengan ditambah gencarnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan *e-commerce* dalam menawarkan barang atau jasanya dengan menawarkan berbagai macam kemudahan bagi masyarakat. Berdasarkan data Shopee tercatat sebagai *e-commerce* paling banyak diakses dengan presentase sebanyak 72,4 persen dan dekstop 21,3 persen. Dengan rata-rata durasi kunjungan 6 menit 30 detik. Adapun jumlah kunjungan bulanan sebanyak 120 juta (Similar Web, 2021). Dari data yang diperoleh dari SimiliarWeb diketahui jika minat masyarakat terhadap *e-commerce* begitu tinggi.

Di Indonesia ada banyak aplikasi yang menerapkan konsep *online shopping* . Salah satunya ialah *online shop* Shopee. Shopee merupakan *mobile marketplace* pertama dengan gratis ongkos kirim se-Indonesia yang masuk ke pasar Indonesia yaitu pada bulan Mei 2015. Shopee hadir di Indonesia dengan membawa pengalaman berbelanja baru. Aplikasi ini memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali

pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan juga pengaturan logistik yang terintegrasi. Terdapat banyak macam kategori di Shopee di antara-nya adalah adalah Elektronik & Aksesoris, Perlengkapan Ibu dan Bayi, Pakaian Wanita, Pakaian Pria, Fashion Muslim, Kosmetik, Makanan dan Minuman, Fotografi, Otomotif, Perlengkapan Rumah Tangga, dan juga Perlengkapan Olahraga. Shopee juga menjadi aplikasi *marketplace* yang dimana menyediakan lapak untuk jual beli, jadi pada aplikasi Shopee tidak hanya dapat belanja dengan mudah tetapi bisa juga untuk menjual barang.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh iPrice, pada kuartal II (Q2) 2021 shopee menjadi e-commerce paling banyak dikunjungi kedua setelah Tokopedia dengan jumlah pengunjung mencapai 126.996.700 rata-rata bulanan. akan tetapi shopee juga memperoleh banyak komplain dari para konsumennya dikarenakan beberapa hal, contohnya dimana admin shopee yang lambat dalam merespon keluhan pelanggannya, tentu perkara yang seperti ini dapat mempengaruhi dan mengurangi tingkat kepuasan konsumen terhadap *E-Commerce* Shopee (iPrice, 2021)

Shopee terus berusaha meningkatkan performa agar bisa mengurangi komplain dari konsumennya. Dengan berkurangnya komplain terhadap Shopee maka akan tercapainya kepuasan pada pelanggan Shopee. Berbagai upaya terus dilakukan seperti memperbaiki *system* pada aplikasi Shopee agar konsumen tidak perlu menunggu lama untuk melihat dan menerima/mengirim pesan pada aplikasi Shopee. Upaya lain yang dilakukan adalah memperlengkap produk-produk yang akan dijual belikan

di dalam aplikasi agar konsumen bisa dengan mudah berbelanja kebutuhan yang diinginkan sehingga akan muncullah rasa puas terhadap pembelian yang dilakukan oleh pelanggan.

Arianty dkk (2015), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan konsumen setelah merasakan antara apa yang sudah dia terima dengan harapan yang diinginkan. Pelanggan akan merasa puas jika nilai yang diberikan oleh produk atau jasa memuaskan pelanggan dalam waktu yang lama.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan setelah menggunakan barang atau jasa. apabila pelanggan online store merasa puas saat berbelanja di *online store* tersebut maka akan timbul rasa kepercayaan dan juga loyalitas konsumen untuk kembali lagi membeli di *online store* tersebut.

Dalam mengukur kepuasan pelanggan, dapat ditentukan berdasarkan variabel-variabel harapan konsumen dan juga berdasarkan pada kinerja yang dirasakan. Salah satu model pengukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan adalah skala pengukuran SERVQUAL, dikemukakan oleh Parasuraman (2016), dimana pengukuran ini diidentifikasi berdasarkan 5 dimensi pokok yaitu Bukti Langsung (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Kepedulian (*Empathy*). Atribut- atribut tersebut dapat dijabarkan dengan dimodifikasi sesuai dengan jenis usaha dan

industry yang diteliti untuk kemudian dijadikan kriteria-kriteria penilaian bagi pelanggan terhadap kinerja perusahaan.

Harapan pembeli dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya, serta informasi dan janji pemasar dan saingannya. Apabila pemasar menaikkan harapan pelanggan terlalu tinggi, pembeli mungkin akan kecewa jika perusahaan gagal memenuhinya. Di lain pihak, jika perusahaan menetapkan harapan pelanggan terlalu rendah, maka perusahaan tidak dapat menarik cukup banyak pembeli, meskipun yang membeli akan puas.

Untuk mengetahui seberapa besar harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, dapat dianalisis *Menggunakan Importance Performance Analysis* (IPA). Metode IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka terhadap *e-commerce* tertentu dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah di paparkan oleh penulis maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) PADA ONLINE SHOP SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri)”**.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah yang dibuat oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan pada *online shop* Shopee. Yang diukur berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*).

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dilihat dari dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah di paparkan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dilihat dari dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian berikutnya terutama dalam yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan khususnya pada PT Shopee Internatioal Indonesia

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Bagi Shopee agar dapat dijadikan referensi dalam merumuskan strategi pemasaran dan pengambilan keputusan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini agar bisa menjadi salah satu sumber referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai penjualan *online*

c. Bagi Pembeli dan Penjual

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian secara *online*, serta bagi penjual diharapkan dapat lebih memperhatikan dan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan dapat percaya dan loyal dengan situs *online shop* tersebut.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Departemen Pendidikan Nasional
- Arianty, Nel dkk 2015. *Manajemen Pemasaran*. Medan : Penerbit Mulya Sarana.
- “AppTopia Worldwide and US Download Leaders 2021.”
<https://blog.apptopia.com/worldwide-and-us-download-leaders-2021>
- Barkatullah, Abdul Halim. 2019. *Sengketa transaksi e-commerce internasional*. Yogyakarta: Hikam Media Utama
- Musyarofah, B. 2021. *ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA): (Studi Kasus Di Rumah Makan Pecak Bandeng Bunda Fiqrah)*. Jurnal Lebesgue: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika Dan Statistika, 2(1), 85-95.
- Castells, Manuel. 2012. “*Informationalism, Networks, and the Network Society: A Theoretical Blueprint*.” In *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*, 3. Edward Elgar Publishing Limited.
- Creswell, John W. 2012. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Elissa, Ingge dan Mujiyana. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online*. Jurnal Ekonomi Manajemen. Semarang : Universitas Diponegoro
- Fajri, L., 2019. *Penerapan metode IPA (importance performance analysis) untuk menganalisis kepentingan dan kepuasan penumpang terhadap kualitas pelayanan bus Trans Koetaradja (Studi kasus: Koridor I Keudah–Darussalam)*. Jurnal Arsip Rekayasa Sipil Dan Perencanaan, 2(2), 164-173.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi#:~:text=Teknologi%20adalah%20keseluruhan%20sarana%20untuk,kelangsungan%20dan%20kenyamanan%20hidup%20manusia.>
- <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170315104148-185-200219/peta-persaingan-situs-e-commerce-di-indonesia>
- http://www.academia.edu/30339931/MENGHITUNG_IMPORTANCE_PERFORMANCE_ANALYSIS_IPA_MANAJEMEN_PEMASARAN

<https://seller.shopee.co.id/edu/article/7438/Promo-Shopee>

Indrajaya, D. 2018. *Analisis kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode importance performance analysis dan customer satisfaction index pada UKM gallery*. IKRA-ITH TEKNOLOGI: Jurnal Sains & Teknologi, 2(3), 1-6.

IPrice: Persaingan E-Commerce Makin Ketat | Merdeka.Com.
<https://www.merdeka.com/teknologi/iprice-persaingan-e-commerce-makin-ketat.html>

J. Supranto dan Nandan Limakrisna 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Juliandi Azwar dkk 2015. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Sumatera: UMSU PRESS

Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. Jakarta: PT. Indeks

Komariah, Aan Djam'an Satori. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Kusumah. 2011. *Mengenal Penelitian Tindakan Kelas. Edisi 2*. Jakarta: PT. Indeks

Margono. 2017. *Metodologi Penelitian Pendidikan*: PT Rineka Cipta. Jakarta.

Medina, Dian. 2018. "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Online Shop Shopee(Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Sumatera : UMSU

Morissan M., dkk. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia

Parasuraman, A. 2016. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*.

Rogers EM. *Memasyarakatkan ide-ide baru*, Terjemahan oleh. Hanafi A. 2017. Surabaya: Usana Offset Printing.

Ruslan, Rosady. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi Dan Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sanjaya, Ade. 2011. *Model-model Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara

Shopee Jadi E-Commerce Peringkat Teratas Di Indonesia .

<https://investor.id/business/266394/shopee-jadi-ecommerce-peringkat-teratas-di-indonesianbsp>.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta., CV. Santrock,
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan, Cet.12* . Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sunyoto, danang. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Supranto, M.A. (2012). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar Cetakan Keempat*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Supriyati. 2012. *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung: LABKAT.
- Tjiptono, Fandy.2017. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. 2012. *Strategy Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Pertama*, Yogyakarta: andi offset
- Top E-Commerce And Shopping Websites Ranking in Indonesia in June 2021 | Similarweb.”<https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/category/e-commerce-and-shopping/e-commerce-and-shopping/>
- Umar, husein 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Purnomo, W.2015. *Analisa kepuasan pelanggan terhadap bengkel dengan metode IPA (Importance Performance Analysis) di PT. Arina Parama Jaya Gresik*. Jurnal Teknik Mesin, 3(3), 54-63.
- Zed, Mestika. 2014. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta : Yayasan Obor. Indonesia