

Pengaruh Kualitas Pelayanan Tokopedia terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Tokopedia di Surabaya

Sindi Kurnia Sari¹, Sonja Andarini²

^{1,2}UPN "Veteran" Jawa Timur

sindikurniasari99@gmail.com

ABSTRACT

Currently, business development has led to the digital economy or online market due to changes in people's shopping styles, which have begun to shift from offline shopping to online shopping. This is an opportunity for business actors to market their products through digital media such as e-commerce. E-commerce facilitates communication between sellers and buyers, facilitates marketing and product promotion activities by sellers, facilitates the sale and purchase transaction process, facilitates payments made by consumers because it can be done online. This study was shown to analyze the effect of service quality on Tokopedia consumer satisfaction in Surabaya. The variables used in this study are service quality which consists of efficiency, system availability (reliability), fulfillment, confidentiality (privacy), responsiveness (responsiveness), compensation (compensation), contact (contact). And the variable of consumer satisfaction which consists of the suitability of expectations, loyalty, interest in visiting again and willingness to recommend. This study uses a survey method by distributing online questionnaires to 100 Tokopedia users in Surabaya. Based on the data analysis, it can be concluded that service quality has a positive and significant effect on Tokopedia consumer satisfaction in Surabaya.

Keywords: *Service quality, customer satisfaction, E-commerce Tokopedia*

ABSTRAK

Saat ini perkembangan bisnis telah mengarah pada ekonomi digital atau pasar online karena perubahan adanya pergeseran gaya belanja masyarakat yang mulai bergeser dari belanja offline menjadi belanja online. Hal tersebut menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produknya melalui media digital seperti e-commerce. E-commerce memudahkan komunikasi antara penjual dan pembeli, memudahkan dalam kegiatan pemasaran dan promosi produk oleh penjual, memudahkan dalam proses transaksi penjualan dan pembelian, memudahkan pembayaran yang dilakukan oleh konsumen karena dapat dilakukan secara online. Penelitian ini ditunjukkan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Tokopedia di Surabaya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari efisiensi, ketersediaan sistem (reliabilitas), pemenuhan (fulfillment), kerahasiaan (privasi), daya tanggap (responsiveness), ganti rugi (kompensasi), kontak (contact). Dan variabel kepuasan konsumen yang terdiri dari kesesuaian harapan, loyalitas, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan cara menyebarkan kuesioner secara online kepada 100 pengguna Tokopedia di Surabaya. Berdasarkan analisa data yang dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Tokopedia di Surabaya.

Kata kunci: *Kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, E-commece Tokopedia*

PENDAHULUAN

Perkembangan internet mengakibatkan perubahan paradigma baru dalam gaya hidup, termasuk juga mempengaruhi pola transaksi penjualan dimana penjual dan pembeli tanpa harus bertatap muka secara langsung. Proses jual beli secara tradisional mengharuskan penjual dan pembeli bertatap muka secara langsung, namun sekarang proses jual beli secara modern menjadi hanya sebatas “klik” pada gadget atau PC yang dapat terkoneksi dengan internet. (Pudjarti, Nurchayati, Putranti, 2019). Pada umumnya orang suka berbelanja kebutuhan melalui e-commerce karena perubahan gaya hidup dari belanja secara langsung menjadi belanja online, persepsi kemudahan, dan informasi yang relevan dengan kebutuhan (Lestari, 2020).

Kualitas pelayanan merupakan jaminan terbaik atas loyalitas konsumen, strategi pertahanan terkuat yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi persaingan asing, serta merupakan cara untuk menuju pertumbuhan dan penghasilan dalam jangka waktu yang lama (Mu'ah dan Masram, 2014:69). Setiap konsumen memiliki cara pandang yang berbeda dalam bentuk pelayanan pada marketplace. Pelayanan yang baik kepada konsumen akan memberikan kesan yang baik terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang terbaik yang dilakukan oleh orang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan bagi konsumen dan akan menciptakan loyalitas konsumen (Rikomah, 2017:11).

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa konsumen yang berasal dari perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang nyata. Kepuasan konsumen merupakan tujuan dari setiap perusahaan. Konsumen yang merasa puas karena perusahaan, akan menjadi asset besar untuk keberlangsungan hidup perusahaan (Trimurti dan Utama, 2020:59). Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan, kepuasan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam bersaing (Febriarhamadini, 2019).

Salah satu e-commerce yang sedang berkembang pesat di Indonesia adalah Tokopedia. Tokopedia menguasai 32,04% traffic e-commerce di Indonesia dengan jumlah kunjungan bulanan mencapai 126,4 juta pada kuartal I (Januari-Maret) 2021. Tokopedia merupakan platform belanja online yang menyediakan berbagai produk kebutuhan mulai dari perlengkapan rumah tangga, barang elektronik, kebutuhan ibu dan anak, pakaian, fashion, produk kecantikan, produk kesehatan dan aksesoris. Tokopedia berupaya untuk mendorong pemerataan ekonomi digital di berbagai daerah, salah satunya yaitu di Surabaya. Program hyperlocal membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga mampu meningkatkan jumlah pembeli Tokopedia di Surabaya. Jumlah pembeli Tokopedia di Surabaya meningkat hampir 1,5 kali lipat pada kuartal III 2021 (Beritasatu.com,2021). Naiknya jumlah transaksi Tokopedia di Surabaya, memungkinkan bahwa dapat terjadi seperti konsumen merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh Tokopedia. Keluhan konsumen Tokopedia menyinggung soal kualitas pelayanan dari Tokopedia yang kurang memuaskan, seperti pilihan produk barang yang ditawarkan, kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen, keterlambatan pengiriman barang, lamanya proses pengembalian produk saat setelah melakukan pemesanan dimana barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi produk dan pelayanan customer service dalam menanggapi keluhan konsumen.

Konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan kualitas pelayanan dan sesuai dengan harapan konsumen (Trimurti dan Utama, 2020:60). Kualitas pelayanan yang baik dalam layanan online dapat membantu perusahaan untuk menciptakan kepuasan konsumen (Hana, 2019). Berdasarkan berbagai permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Tokoedia di Surabaya".

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Zeithaml et al 2017 (dalam Zaid, 2021:55) kualitas pelayanan merupakan persepsi konsumen mengenai komponen layanan dari suatu produk. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang dapat menciptakan kepuasan konsumen. Persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan yang lebih dari harapan konsumen akan menciptakan kepuasan konsumen (Adhari,2021:2). Menurut Zeithaml, et al 2002 (Tjiptono, 2016:178) terdapat 7 dimensi dalam mengukur kualitas pelayanan yaitu efisiensi, ketersediaan sistem, pemenuhan, kerahasiaan, daya tanggap, ganti rugi, dan kontak.

Kepuasan konsumen menurut Menurut Mowen (Sa'adah dan Munir, 2020:34) kepuasan konsumen merupakan sikap keseluruhan dari konsumen terhadap suatu produk setelah perolehan dan pemakaiannya. Menurut Fikri Sirhan dan Wiyani Wahyu, 2016 (Fuadi, 2021:71) menyatakan bahwa kepuasan konsumen memiliki beberapa indikator yaitu kesesuaian harapan, loyalitas, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan

METODE PENELITIAN

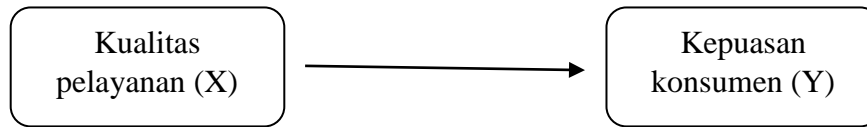
Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y). Indikator kualitas pelayanan (X) adalah efisiensi, ketersediaan sistem, pemenuhan, kerahasiaan, daya tanggap, ganti rugi, dan kontak. Indikator kepuasan konsumen (Z) adalah kesesuaian harapan, loyalitas, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan. Pada penelitian ini menggunakan pengukuran variabel skala likert. Untuk mengisi skala likert responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang bernilai 1 hingga 5 yang disesuaikan dengan opsi jawaban yang dipilih dari masing-masing pertanyaan.

Populasi penelitian adalah konsumen Tokopedia di Surabaya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Dan penentuan besarnya sampel penelitian menggunakan pendekatan rumus lemeshow dan diperoleh jumlah sampel penelitian yaitu 100 responden. Penelitian ini dilaksanakan pada Desember 2021 hingga Maret 2022.

Instrumen pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara online melalui google form kepada konsumen Tokopedia di Surabaya. Untuk menganalisis atau mengolah data menggunakan SmartPLS versi 3.0. metode yang digunakan adalah outer model, inner model, dan uji hipotesis.

HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :



Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Tokopedia di Surabaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada responden yang merupakan konsumen Tokopedia di Surabaya, jika dilihat dari jenis kelamin maka mayoritas responden adalah wanita. Sedangkan jika dilihat dari usia responden maka mayoritas adalah berusia 18-24 tahun.

Dalam sebuah penelitian untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan reliabel maka diperlukan instrument penelitian yang valid dan reliable. Uji validitas dalam PLS dilakukan melalui uji convergent validity, discriminant validity serta average variance extracted (AVE). Berdasarkan uji validitas setiap indikator variabel yang dihasilkan dari nilai loading factor > 0,7 sehingga masing-masing variabel penelitian dapat dinyatakan valid atau layak untuk digunakan untuk analisa lebih lanjut.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang digunakan dalam mengukur konsep atau mengukur konsistensi responden dalam menjawab instrument penelitian. Uji reliabilitas dalam PLS diukur menggunakan metode composite reliability. Berdasarkan uji reliabilitas nilai composite reliability telah memenuhi atau > 0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Berdasarkan hasil uji signifikansi, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t-value sebesar 49,820 artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil uji hipotesis

Variabel	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standar Devision (STDEV)	t-statistic	P-Values
Kualitas pelayanan_X → Kepuasan Konsumen_Z	0,950	0,946	0,019	49,820	0,00

Berdasarkan hasil pengolahan data pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Z) diperoleh nilai t-statistic 49,820 dengan p-values 0,00. Karena nilai t-statistic lebih dari 1,98 (49,820 > 1,98) dan nilai p-values lebih kecil dari 0,05 (0,00 < 0,05) sehingga hipotesis pertama yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Tokopedia di Surabaya” adalah diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian data menggunakan program SmartPLS versi 3.0 mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening sehingga dari hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji hipotesis, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna Tokopedia di Surabaya

SARAN

Diharapkan e-commerce Tokopedia dapat melakukan kegiatan evaluasi terhadap akun yang merugikan seperti banyaknya akun penipuan atau pelaku usaha online yang tidak bertanggungjawab. Tokopedia diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan meminimalkan resiko terjadinya penipuan dalam belanja online Apabila Tokopedia memberikan kualitas pelayanan yang baik maka pembelian oleh konsumen akan meningkat.

Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat menggunakan variabel intervening selain kepuasan konsumen yang memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen agar memperoleh pengaruh yang lebih besar sebagai variabel intervening antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Ghozali, Imam dan Latan, Hengky. 2021. *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang : Badan Penerbit - Undip

Haryono, Siswoyo. 2016. *Buku 3 in 1 Dilengkapi Tutorial, Mudah untuk Belajar Mandiri Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Bekasi : PT.Intermedia Personalia Utama

Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Neuman, William L. 2015. *Metode Penelitian Sosial Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada

Sangadji, Etta M dan Soipah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CV. Andi Offset

Sarwono, Jonathan dan Narimawati, Umi. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET

Ebook :

Adhari, Iendy Z. 2021. *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media

Ajis, Trigunawan and et al. *Regresi Linier untuk Prediksi Jumlah Penjualan Terhadap Jumlah Permintaan*. Bandung : Kreatif

- Akbar, Mohammad A dan Alam, Sitti N. 2020. *E-commerce Dasar Teori dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Almana, La Ode dan et al. 2018. *Tata Kelola Perguruan Tinggi Berbasis Akreditasi Penjaminan Mutu dan Pengelolaan Pengetahuan di Pendidikan Tinggi*. Sleman : Deepublisher
- Arief, Abdul S and et al. 2021. *Metodologi Riset Pemasaran*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Astuti, Miguna dan Amanda, Agni R. 2020. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Sleman : Deepublish
- Barusman, Andala R. 2021. *Model Kepuasan Mahasiswa*. Indramayu : Penerbit Adab
- Candra, Vivi dan et al. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Candrianto. 2021. *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang : Literasi Nusantara
- Curatman, Aang and et al. 2020. *Program Loyalitas Pelanggan*. Sleman : Deepublisher
- Djaali. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT.Bumi Aksara Febriani, Nufian dan Dewi, Wayan W. 2018. *Teori dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang : UB Press
- Ferinia, Rolyana and et al. 2021. *Perilaku Konsumen Kepariwisata*. Sleman : Yayasan Kita Menulis
- Firdaus. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistic Version 26.0*. Riau : DOTPLUS Publisher
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan : Qiara Media
- . 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy)* : Pasuruan. Qiara Media
- _____. 2020. *Pengantar E-Marketing*. Pasuruan : Qiara Media
- Firmansyah, Farid dan Haryanto, Rudi. 2019. *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Pamekasan : Duta Media Fuadi, et al.
2021. *Ekonomi Syariah*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Giantari, Ayu and et al. 2021. *Peran Digital Marketing untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Sektor Kuliner di Bali)*. Bandung : Media Sains Indonesia
- Harmayani dan et al. 2020. *E-commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Hermawan, Rudi. 2017. *Buku Ajar Hukum Ekonomi Islam*. Pamekasan : Duta Media Publishing
- Hidayati, Aprihatiningrum. 2021. *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen Tinjauan Teoritik*. Jakarta: Cipta Media Nusantara
- Hulu, Victor T dan Sinaga Taruli R. 2019. *Analisis Data Statistik Parametrik Aplikasi SPSS dan Statcal*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Idrus, Syech. 2021. *Menulis Skripsi sama Gampangnya Membuat Pisang Goreng Penting Ada Niat dan Kemauan*. Malang : CV. Literasi Nusantara Abadi
- Indahingwati, Asmara. 2019. *Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan SIM Keliling*. Surabaya : CV Jakad Publishing Surabaya
- Indahingwati, Asmara. 2019. *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian pada Kualitas Layanan SIM Corner di Indonesia*. Surabaya : CV Jakad Publishing Surabaya

- Indriyani, Lailatus dan Sa'adah, Susi. 2021. *Penerapan Strategi Customer Relationship Management Pada CV. Zam-Zam*. Jombang : LPPM Universitas KH A.Wahab Hasbullah
- Ismail, Fajri. 2018. *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta : Prenadamedia Grup
- Lubis, Zulkarnain. 2021. *Statistika Terapan untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Yogyakarta :ANDI
- Malik, Nazzarudin and et al. 2015. *Membangun Ekonomi Nasional yang Kokoh Kajian & Pengalaman Empiris*. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang
- Mardia and et al. 2021. *Strategi Pemasaran*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Mu'ah dan Masram. 2014. *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Sidoarjo : Zifatma
- Pakpahan, Andrew F and et al. 2021. *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Poltak, Hendra and et al. 2021. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital)*.Bandung : Media Sains Indonesia
- Prihantoro, Agung. 2015. *Peningkatan Kinerja Sumber Daya Manusia Melalui Motivasi, Disiplin, Lingkungan Kerja, dan Komitmen (Studi Kasus Madrasah di Lingkungan Yayasan Salafiyah, Kajen, Mrgoyoso, Pati)*. Sleman : Deepublish
- Purboyo and et al. 2021. *Perilaku Konsumen (Tinjauan Kosenptual Dan Praktis)*.Bandung : Media Sains Indonesia
- Putra, Adi. 2021. *Pendekatan Comprehensive Community Initiative (CCI) Pengelolaan Dana Desa di Kawasan Penyangga Taman Nasional Kerinci Seblat Kerinci Jambi*. Bandung : Media Sains Indonesia
- Rahayu, Murtanti J. 2020. *Stabilisasi Pedagang Kaki Lima Di Ruang Publik Kota Surakarta : Strategi Informalitas Perkotaan Yang Berkeadilan*.Medan : Yayasan Kita Menulis
- Rikomah, Setya E. 2017. *Farmasi Rumah Sakit*. Sleman : Deepublish Riyanto, Slamet dan Hatmawan, Aglis A. 2020. *Metode Riset Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*.Sleman : Deepublish Publisher
- Romindo et al. 2019. *E-commerce Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Roza, Rahmi dan Fauzan, Mohammad N. 2020. *Tutorial Sistem Informasi Prediksi Jumlah Pelanggan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter*.Bandung : Kreatif Industri Nusantara
- Sa'adah, Lailatus dan Munir, Abdullah F. 2020. *Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jombang : LPMM Universitas K.H A Wahab Hasbullah
- Sahir, Syafrida and et al. 2021. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Saleh, M.Yusuf dan Said, Miah. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar : CV Sah Media
- Sarmanu. 2017. *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kalitatif, &Statistika*.Surabaya : Airlangga University Press
- Saworno, Jonathan dan Prihartono. 2012. *Perdagangan Online Cara Bisnis di Internet*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo

- Setiawan, Supriadi. 2018. *Loyalitas Pelanggan Jasa Studi Kasus Bagaimana Rumah Sakit Mengelola Loyalitas Pelanggannya*. Bogor : Kampus IPB Taman Kencana Bogor
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang : Universitas Brawijaya Press (UB Press)
- Sholihin, Mahfud dan Anggraini, Puspita G. 2020. *Analisis Data Penelitian Menggunakan Software Stata*. Yogyakarta : ANDI
- Simarmata, Hengki P.S et al. 2021. *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sinulingga, Nora A.B dan Sihotang, Hengki T. 2021. *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. : IOCS Publisher
- Siregar,Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*.Jakarta : Kencana
- Sisca et al. 2021. *Pemasaran Dasar dan Konsep*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Siyoto, Sandu dan Sodik, Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman : Literasi Media Publishing
- Stokes, Jane. 2006. *How To Do Media and Cultural Studies Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. Yogyakarta : Bentang
- Sudiantini, Dian. 2020. *Leaders & Culture Bagaimana Strategi Meningkatkan Kinerja Layanan Publik*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Sugianingrat, Ida A P and et al. *Peningkatan Kinerja Karyawan melalui Employee Engagement dan Organizational Citizenship Behavior*.Bandung : Media Sains Indonesia
- Sumiyati dan Suwartini. 2019. *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga untuk SMK/MAK Kelas XII*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Supriatna, Yuda. 2019 *Induksi Manajemen Pemasaran*. Pasuruan : Qiara Media
- Suryani, Tatik and et al. 2020. *E-marketing Bagi UKM : Strategi Periklanan, Website dan Media Sosial*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing
- Syahrir, and et al. 2020. *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*.Bogor : IPB Press
- Tajuddin, Muhammad and et al. 2016. *Kesuksesan Sistem Informasi Perguruan Tinggi dan Good University Governance (Sebuah Kajian Empiris di Perguruan Tinggi Swasta)*.Malang : UB Press
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Triapnita, Nana et al. 2020. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Trimurti, Christimulia dan Utama, Gusti. 2020. *Model Pengembangan Destinasi Dalam Prespektif Motivasi Berwisata*.Sleman : Deepublish
- Warnadi dan Triyono, Aris. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Sleman : Deepublish
- Wijaya, Hengki. 2016. *Metodologi Penelitian Pendidikan Teologi*. Jakarta: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray
- Yulianto, Edi. 2020. *Bisnis Online dan E-commerce*. Malang : Inteligencia Media (e-book)

- Yulianto, Edy. 2020. *Bisnis Online dan E-commerce Meneroka Kualitas Pelayanan Online Pada Pelanggan*. Malang : Intelegensia Media
- Yulianto, Nur A.B and et al. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang : Polinema Press
- Zaid. 2021. *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan*. Lamongan : Academia Publication
- Jurnal :
- Aditya, Made P dan Kusumadewi Ni Made. 2017. *Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Manajemen. Vol 6 (9) : 5061-5087
- Andhini, Amelia. 2017. *Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-commerce*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 6 (7) : 1-23
- Bambang, Abas dan Heriyanto, Meyzi. 2017. *Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova*. JOM FISIP. Vol (4) 2 : 1-11
- Febriarhamadini, Rochayati dan Eddy Suryadi. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan E-commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa S1 Administrasi Bisnis Semester Akhir 2018 – 2019 Fakultas Ilmu Administrasi & Sekretari (FIAS) IBM ASMI*. Jurnal Administrasi Bisnis (3) 1 : 11-18
- Hana, Kharis F. 2019. *Minat Beli Online Generasi Milenial : Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam. Vol 7 (2) : 203-216
- Lesmana, Rosa dan Ratnasari. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa*. Jurnal Pemasaran Kompetitif. Vol 2 (2) : 115-129
- Lestari, Sri P dan Hidayati, Mustikaningrum. 2020. *Online Shop yang Dilakukan Oleh Mahasiswa di Kota Semarang Pada Masa Pandemi Covid19*. Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang. (9) 2 : 132-148
- Nabila, Elma and et al. 2018. *Analisis Kualitas Pelayanan Online (E- Servqual) Menggunakan Metode Importance Perfomance Analysis Pada Bhineka.com*. Jurnal Manajemen. Vol (5) 1 : 141-151
- Pohan, Fanny S dan Aulia Zida F. 2019. *Kualitas Situs Web, Kepercayaan, dan Loyalitas Konsumen Tokopedia*. Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis. Vol 2 (1) : 13-22
- Prasetya, Adhitya Y dan Wardati, Emi. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Manajemen Penanganan Keluhan Pelanggan dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna E-commerce C2C Bukalapak)*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi Terapan. Vol 9 (2) : 146-154
- Pudjarti,Sri and etc. 2019. *Hubungan E-Service Quality dan E-loyalty dengan E-satisfaction pada Konsumen Gojek dan Grab di Kota Semarang*. Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humoria. Vol 21 (3) : 237-246
- Putra, Hilman A. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai variabel Intervening (Studi kasus pada konsumen PT. Lontar Media Digital Printing Semarang)*. Jurnal sosial dan politik : 1-8
- Rahmawati, Yani O and et al. 2019. *Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi*

- pada Konsumen Bahana Ciamis*). Business Management and Entrepreneurship Journal. Vol 1 (4) : 102-115
- Rendi, Ahmad. 2021. *Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada BMT di Kota Palembang*. Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains. Vol 10 (1) : 21-31
- Romadhan, Rakhmat etc. 2019. *E-service Quality Kepuasan Konsumen Melalui E-commerce Terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal GeoEkonomi. Vol (10) 2 : 150-163
- Setyaningriani, Eka D. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Penumpang Shuttle PO. Sumber Alam Jurusan Semarang-Cilacap)* : Vol 6 (4) : 1-6
- Supriadi, Bambang dan Yusuf, Abdul. 2021. *Pengaruh Websute quality dan E-satisfaction Terhadap E-loyalty pada Website Psslog*. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi. Vol 4 (2) : 635:644
- Widayatma, Cindy P. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal)*. Jurnal Ilmiah. Vol 7 (3) : 25-38
- Zakaria, Gema dan Suwitho. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ilmu dan Reset Manajemen. Vol 6 (4) : 1-18
- Skripsi :
- Cholvia. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Medan : Universitas Pembangunan Panca Budi
- Muawal, Nurul F. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi : Studi Kasus pada Pelanggan Bengkel Cipcung Motor Baleendah Bandung*. Bandung : UIN Sunan Gunung Djati (skripsi)
- Widyanita, Fika A. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (skripsi)
- Website :
- Amenan, Amrozi. (2021). *Transaksi UMKM di Surabaya Lewat Tokopedia Naik Dua Kali Lipat*. Diakses pada 11 Desember 2021, dari <https://www.beritasatu.com/amp/ekonomi/850543/transaksi-umkm-di-surabaya-lewat-tokopedia-naik-dua-kali-lipat>
- Dinisari, Mia C. (2020). *E-commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid-19*. Diakses pada 29 September 2021 dari <https://m.bisnis.com/amp/read/20200417/12/1228750/e-commerce-dorong-perekonomian-indonesia-selama-pandemi-covid-19>
- Iprice.co.id. (2021). *Peta E-Commerce Indonesia*. Diakses pada 30 September 2021, dari <https://www.google.com/amp/s/iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Iqbal, Muh. (2021). *Bukan Shopee, Ini Juara Marketplace RI di Kuartal I/2021*. Diakses pada 30 September 2021, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210421232912-37-239796/bukan-shopee-ini-juara-marketplace-ri-di-kuartal-i-2021>

- Jurnal Entrepreneur. (2021). *7 Jenis E-commerce yang Perlu Anda Ketahui!*. Diakses pada 30 September 2021, dari <https://www.jurnal.id/id/blog/jenis-e-commerce-untuk-kembangkan-bisnis/>
- Kristiadi, Novi. (2017). *E-commerce, Manfaat, dan Keuntungannya*. Diakses pada 29 September 2021, dari <https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/novikristiadi/5992634e93be2508e06c5402/e-commerce-manfaat-dan-keuntungannya>
- Lidwina, Andrea. (2021). *Pengguna E-commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Diakses pada 29 September 2021, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Niagahoster.co.id. (2019). *Apa Itu Marketplace? Berikut Adalah Pengertian, Contoh & Jenisnya!*. Diakses pada 30 September 2021, dari <https://www.google.com/amp/s/www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/>
- Ryza, Prayogo. 2017. *Mencari Keunikan Marketplace di Indonesia*. Diakses pada 30 September 2021, dari <https://dailysocial.id/amp/post/mencari-keunikan-marketplace-di-indonesia>
- Setyowati, Desy. (2019). *Kontribusi E-commerce ke PDB Diproyeksi Rp2.305 Triliun pada 2030*. Diakses pada 29 September 2021, dari <https://katadata.co.id/amp/pingitaria/digital/5e9a554f48fc5/kontribusi-e-commerce-ke-pdb-diproyeksi-rp-2305-triliun-pada-2030>
- Sirclo.com. (2021). *Top 10 Marketplace E-commerce Indonesia yang Paling Banyak Pengunjung*. Diakses pada 30 September 2021, dari <https://www.sirclo.com/top-10-marketplace-e-commerce-indonesia-yang-paling-banyak-pengunjung/>
- Tokopedia. (2021). Diakses pada 30 September 2021, dari <https://www.tokopedia.com/about/contact-us/>
- Yunarko, Azela M. (2021). *Transaksi e-commerce Meningkat Hingga Kuartal IV 2020, Tren e-commerce 2021 Diprediksi Tumbuh Positif*. Diakses pada 30 September 2021, dari <https://jetcommerce.co.id/update/transaksi-e-commerce-meningkat-hingga-kuartal-iv-2020-tren-e-commerce-2021-diprediksi-tumbuh-positif/>