



Kualitas Layanan Elektronik: Suatu Tinjauan Literatur

Ahmad Nurhadi^{1*}; Arief Budiyanto²; Heri Murtiyoko³

¹⁻³Universitas Pamulang, Email : dosen01023@unpam.ac.id; dosen01433@unpam.ac.id;
dosen01036@unpam.ac.id

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk menggambarkan lingkup penelitian dengan tema kualitas layanan elektronik (e-servqual), (2) memberikan informasi terkait dengan focus dan objek penelitian dengan menggunakan variabel kualitas layanan elektronik (e-service quality) dan (3) tema penelitian kualitas layanan elektronik masih banyak digunakan pada penelitian yang bersifat terapan dan bersinggungan dengan aktivitas individu ataupun kelompok bisnis dan belum banyak digunakan pada pengembangan penelitian dasar. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan metode tinjauan literatur sistematis. 37 jurnal terpilih sebagai sampel penelitian dengan menggunakan pendekatan **PICO** dalam melakukan inklusi data jurnal penelitian. Berdasarkan hasil olah data didapatkan hasil bahwa, tema penelitian kualitas layanan elektronik masih sangat berkaitan erat dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara elektronik. Fokus dan lokus penelitian dalam penelitian kualitas layanan elektronik banyak menggunakan lokapasar (e-commerce) sebagai objek penelitian. Serta mayoritas pendekatan penelitian yang menggunakan analisis Regresi dan SEM sebagai alat analisisnya.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Elektronik; Kualitas Layanan Daring; Tinjauan literatur sistematis

Abstract. *The aims of this study are: (1) to describe the scope of research with the theme of electronic service quality (e-servqual), (2) to provide information related to the focus and object of research using electronic service quality (e-service quality) variables and (3) the theme of electronic service quality research is still widely used in applied research and relates to individual or business group activities and has not been widely used in basic research development. This research is qualitative by using a systematic literature review method. 37 journals were selected as research samples using the PICO approach in conducting data inclusion of research journals. Based on the results of data processing, it is found that the research theme of electronic service quality is still very closely related to electronic customer satisfaction and loyalty. The focus and locus of research in electronic service quality research uses a lot of marketplaces (e-commerce) as the object of research. And the majority of research approaches that use Regression analysis and SEM as analysis tools.*

Keywords: *Electronic Service Quality; Online Service Quality; Systematic literature review*



A. PENDAHULUAN

Peningkatan eksponensial pada bidang ICT (*Internet, Communication, Technology*) sudah banyak merubah lanskap kehidupan masyarakat. Pada kasus Indonesia, peningkatan yang masif pada pengguna internet selama 10 tahun terakhir turut merubah hal tersebut. Menurut data yang dirilis dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020) pada medio 2019-2020 Q2 dari sebanyak 7000 orang yang dijadikan responden di seluruh Indonesia, menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet aktif di Indonesia telah mencapai 196,71 juta jiwa atau sebanyak 73% dari total populasi pada saat survei dilaksanakan yaitu sebanyak 266,91 juta jiwa. Dan berdasarkan hasil survey yang dirilis oleh APJII tersebut sebanyak 19,5% responden menjawab menghabiskan waktu dalam satu hari menggunakan internet sebanyak 8 jam lebih ke atas. Hal tersebut kemudian memaksa para stakeholder di berbagai bidang untuk menyesuaikan perkembangan yang terjadi akibat dampak tersebut. Perkembangan teknologi informasi tersebut dapat memunculkan fenomena baru dengan internet, misalnya perkembangan bisnis melalui media internet yang disebut *e-bisnis* dan transaksi elektronik yang disebut *electronic commerce*.

Dalam melakukan *e-commerce* perusahaan-perusahaan lokal akan bertindak secara global. *E-Commerce* atau *e-Business* adalah salah satu bentuk penerapan teknologi elektronik yang berbentuk *Information and Communication Technology* (ICT) dalam proses bisnis. Seiring dengan semakin pesatnya kemajuan dalam dunia teknologi saat ini, kebutuhan akan kemudahan dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi informasi dalam memenuhi kebutuhan dalam masyarakat semakin meningkat, salah satunya adalah pemanfaatan media internet (*online*) yang digunakan untuk memperoleh informasi. Dan pada akhirnya, dampak akibat hal itu semua adalah turut juga mempengaruhi perkembangan pemasaran secara elektronik (*e-marketing*) yang membuat banyak perusahaan harus mengerti sudut pandang konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yang dilakukan pada media digital seperti *website*, serta apa saja kriteria yang digunakan untuk menilai hal tersebut jika dibandingkan dengan kualitas pelayanan non-internet.

Dan perubahan tersebut turut pula mempengaruhi pembahasan para akademisi terkait dengan penyesuaian tema dan penghubungannya dengan percepatan ICT (*Internet, Communication, Technology*) tidak terkecuali dalam bidang pembahasan kualitas layanan elektronik (*e-service quality*). Kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang menurut Santos (2003) dalam (Jannah, Nugroho, & Gitosudarmo, 2019) adalah suatu bentuk evaluasi pelanggan secara keseluruhan mengenai kualitas penyampaian layanan elektronik pada pasar virtual. Kualitas layanan elektronik sendiri merupakan bentuk penyesuaian yang terjadi di bidang akademik dari teori kualitas layanan (*offline/luring*). Jika indikator kualitas layanan (*service quality/Servqual*) hanya membahas hal-hal yang sifatnya *luring (offline)* maka tidak demikian dengan halnya kualitas layanan daring yang lebih membahas mengenai aspek-aspek pembahasan elektronik (*online*).

Tidak sedikit penelitian yang telah membahas mengenai pentingnya kualitas layanan elektronik beserta dengan variabel-variabel pendukungnya dan dampaknya terhadap konsumen. Diantaranya adalah penelitian (Nasir, 2016) yang meneliti minat beli konsumen Zalora di Surabaya menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap minat beli konsumen baik terpisah (*parsial*) maupun bersama (*simultan*). Penelitian (Prasetyo & Purbawati, 2016) menunjukkan bahwa dari 100 orang responden konsumen Lazada 53,6% menyatakan bahwa keputusan pembelian mereka didasarkan oleh kualitas layanan elektronik. Sedangkan penelitian (Rita, Oliveira, & Farisa, 2019) yang meneliti perilaku belanja elektronik di Indonesia membuktikan bahwa 4 (*empat*) dimensi indikator kualitas layanan elektronik merupakan hal yang penting untuk membangun kualitas



layanan yang sempurna pada toko daring/elektronik. Dan penelitian (Christian, 2020) membuktikan bahwa sikap pengguna moda transportasi daring berbasis aplikasi dipengaruhi oleh faktor tampilan aplikasi moda transportasi daring dimana hal tersebut merupakan bagian salah satu fitur dari kualitas layanan daring.

Penelitian dari luar Indonesia juga tidak sedikit yang membahas mengenai pentingnya kualitas layanan elektronik, antara lain dari penelitian (Rostami, Amir Khani, & Soltani, 2016) yang meneliti hubungan antara kualitas layanan daring yang dapat meningkatkan layanan komunikasi Bank Melli cabang Teheran, Iran. Dalam penelitiannya, ia mengedepankan 6 (enam) aspek indikator yang dijadikan tolak ukur yaitu; *efficiency, availability, implementation of commitment, privacy policy, response, and contact*). Penelitian (Zehir & Narcikara, 2016) menemukan hubungan yang erat dan saling berkaitan antara kualitas layanan daring dengan nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Contoh yang diungkapkan dalam penelitian yang memperkuat temuan tersebut antara lain infrastruktur website dan pengembangan aplikasi *live chat* yang mendukung layanan purna jual. Walaupun seperti itu terkadang kualitas layanan daring bukan satu-satunya faktor penentu keputusan pembelian daring, hal tersebut sesuai dengan penelitian (Hasanov & Khalid, 2015) yang meneliti perilaku pembelian daring pada makanan organik. Sedangkan mengenai pengukuran kualitas layanan elektronik banyak para akademisi mengemukakan indikatornya masing-masing, antara lain (Zemblytė, 2015) menawarkan 4 (empat) indikator yang berbeda yaitu; *compensation, responsiveness and fulfillment, website operation* dan *reliability*. (Blut, 2016) yang mengungkapkan 4 (empat) dimensi indikator pengukuran kualitas layanan daring yaitu *website design, security/privacy, fulfillment* dan *costumer service*. Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan pada paragraph di atas dan mengingat begitu kompleksnya pembahasan mengenai kualitas layanan elektronik, oleh karena itu peneliti berencana mengajukan tulisan yang menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR – Tinjauan Literatur Sistematis) dengan Judul “**KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK (E-SERVICE QUALITY) – SUATU TINJAUAN LITERATUR**” yang berusaha untuk menjawab mengenai tema penelitian kualitas layanan elektronik, tipe dan jenis artikel serta metode penelitian dalam membahas kualitas layanan elektronik, serta fokus dan objek penelitian kualitas layanan elektronik dalam rentang waktu 2016-2021. Sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pembahasan penelitian dengan tema kualitas layanan elektronik di Indonesia untuk kemudian memberikan sumbangsih terhadap pengembangan terkait kualitas layanan elektronik.

B. KAJIAN LITERATUR

Kualitas Layanan Elektronik

Meningkatnya penggunaan internet dalam berbagai kegiatan, mendorong perusahaan memberikan kualitas layanan kepada pelanggan dengan memanfaatkan internet. Hal tersebut untuk mengikuti perkembangan yang terjadi akibat adanya lonjakan terkait penggunaan internet. Internet juga telah mengubah kebiasaan konsumsi orang dan memberikan kemudahan untuk mencari informasi di tahap pra-pembelian oleh karena itu penting sekiranya jika para *stakeholder* pada sebuah bisnis mempertimbangkan penggunaan elektronik untuk memberikan pelayanan kepada konsumen maupun calon konsumen. Metode *e-Servqual* (kualitas layanan elektronik) merupakan pengembangan dari metode *Servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman, dkk yang merupakan salah satu teknik evaluasi untuk menilai harapan dan persepsi pelanggan terhadap suatu layanan elektronik. Jika model *servqual* dikedepankan untuk melihat kualitas dari layanan jasa konvensional maka *e-servqual* lebih melihat layanan yang bersifat elektronik dalam mengukur sebuah kualitas layanan jasa.



Menurut Zeithaml, dkk (2000) dalam (Chandra & Hendratono, 2018) mendefinisikan kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) sebagai segala tahapan interaksi yang terjadi antara konsumen dengan website yang mencakup kinerja suatu website dalam memfasilitasi efisiensi, efektivitas berbelanja dan pengiriman saat pembelian. Sedangkan Menurut Parasuraman (2005) dalam (Utami, 2017) kualitas layanan elektronik adalah sejauh mana situs belanja memfasilitasi proses pembelian, pembelian dan pengiriman produk atau jasa secara efektif dan efisien. Dan (Zehir & Narcikara, 2016) yang mengutip pendapat Rowley (2006) mendefinisikan kualitas layanan elektronik sebagai perbuatan, usaha ataupun kinerja dalam layanan jasa yang penyampaiannya diperantarai oleh teknologi informasi. Perbedaan antara kualitas layanan yang bersifat konvensional dengan *e-service quality* terletak pada pergantian antara manusia (*human*) dengan situs (*website*) sebagai garda depan (*front liner*) dalam membangun interaksi dengan konsumen maupun calon konsumen menurut (Wibowo, 2019) dalam (Sholeh & Budiyo, 2020). Lebih lanjut dikatakan, hal tersebutlah yang kemudian menjadi alasan bagi para akademisi maupun praktisi mengangkat topik mengenai *e-service quality* pada medio tahun 2000an.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat diartikan bahwa kualitas layanan elektronik adalah sebuah layanan yang disediakan oleh penyedia layanan dengan menggunakan media internet ataupun elektronik sebagai dasar utama dalam menyampaikan layanannya. Sehingga interaksi baik itu layanan, pemasaran hingga pembelian yang terjadi antara konsumen maupun penyedia layanan tergantikan dengan internet dan media elektronik sebagai garda terdepannya.

Dimensi Kualitas Layanan Elektronik

Dalam perkembangan pembahasan mengenai kualitas layanan elektronik. Banyak para ahli yang mencoba merumuskan dimensi maupun indikator pengukuran yang valid terkait dengan kualitas layanan elektronik. Antara lain; Parasuraman (2005) dalam (Chandra & Hendratono, 2018) mengembangkan model E-SERVQUAL yang ditujukan untuk mengukur kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) untuk mempelajari bagaimana respon konsumen terhadap suatu website. Sedangkan menurut Chase, dkk (2014) dalam (Nosita, 2020) mengatakan bahwa *e-servqual* adalah perluasan dari kemampuan situs (*website*) untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian dan distribusi secara efektif dan efisien. Model E-SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman (2005) tersebut terdiri dari 7 dimensi yaitu:

Efficiency Kemudahan bagi pelanggan untuk mengakses suatu website, mencari produk atau informasi yang dibutuhkan dan bertransaksi pada website tersebut.

Fulfillment Aktual kinerja perusahaan yang berkaitan dengan akurasi janji layanan, seperti ketersediaan barang dan pengiriman produk sesuai waktu yang dijanjikan terpenuhi.

System availability Fungsionalitas teknis dari suatu website, yang didalamnya termasuk ketersediaan dan kinerja dari website tersebut.

Privacy Tingkat dimana situs tersebut aman untuk digunakan dan melindungi data pelanggan mereka.

Responsiveness Efektifitas suatu website didalam menangani masalah dan memberikan dukungan informasi kepada pelanggan ketika diminta.

Compensation Kompensasi yang diberikan suatu website didalam menangani masalah, seperti fasilitas didalam pengembalian produk, pengiriman ulang dan biaya penanganan atau hadiah

Contact Ketersediaan bantuan melalui telephone atau online representative yang ditujukan untuk merespon atau menangani pertanyaan atau masalah pelanggan.

Empat dimensi utama merupakan skala "*core online service*" yang merupakan skala inti E-SERVQUAL yang digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang diberikan oleh perusahaan jasa online. Keempat



dimensi tersebut adalah *Efficiency*, *Fulfillment*, *System availability* dan *Privacy*. Sementara tiga dimensi lainnya merupakan skala "*recovery online service*" yang merupakan skala *recovery E-SERVQUAL* yang berperan penting dalam situasi ketika pelanggan online mengalami masalah atau memiliki sejumlah pertanyaan yang ingin dibantu dalam penyelesaiannya.

Sedangkan indikator pengukuran kualitas layanan elektronik yang diajukan oleh Chase, dkk (2014) antara lain:

Security adalah keamanan yang dirasakan dari sistem pelayanan *marketplace*. Meliputi keamanan data diri dan keamanan transaksi pembayaran atau pembayaran.

Communication adalah kelancaran komunikasi antara penjual maupun pihak *marketplace* dengan pelanggan dalam sebuah media komunikasi seperti layanan chat atau pesan.

Reliability adalah keandalan dari informasi yang diberikan *marketplace* meliputi kebenaran dan juga ketepatan informasi yang diberikan sesuai dengan janji atau informasi sebelumnya.

Responsiveness adalah kecepatan dari pelayanan melalui media elektronik yang diterapkan oleh perusahaan meliputi waktu kerja dari *customer service* serta kecepatan respon dari *customer service* maupun penjual.

Jika melihat dari tabel rekapitulasi di atas, dapat terlihat bahwa dalam menjelaskan pengukuran kualitas layanan elektronik, para ahli menggabungkan antara jasa yang ditawarkan kepada konsumen yang menggunakan bantuan media elektronik untuk menyampaikan jasa tersebut kepada konsumen. Dan terdapat perantara elektronik pada setiap penyampaian jasa kepada konsumen. Poin utama dari berbagai indikator yang ada di atas adalah produsen (penyedia jasa/pemasar) dituntut untuk dapat menyatukan sistem elektronik yang diciptakan dengan layanan jasa yang hendak ditawarkan kepada konsumen.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan tinjauan sistematis literatur (*systematic literature review*). Menurut (Latifah & Ritonga, 2020) *Systematic literature review* merupakan metode penelitian yang mengulas kembali mengenai topik tertentu yang menekankan pada pertanyaan yang telah diidentifikasi secara sistematis, dinilai, diilih dan disimpulkan menurut kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan bukti dari penelitian yang berkualitas yang relevan dengan pertanyaan penelitian. *Systematic literature review* merupakan metode penelitian yang sistematis dalam mengidentifikasi literatur, eksplisit dalam pernyataan tujuan, bahan dan cara dan berkembang dalam metodologi penelitian serta kesimpulan. Penelitian ini menggunakan pendekatan yang bersifat kualitatif dalam *Systematic literature review* yang menurut (Elfianto, Syahni, Asmawi, & Ildal, 2020) merupakan pendekatan untuk merangkum hasil-hasil penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif dan studi kepustakaan yang banyak dikenal dengan konsep meta-sintesis. Meta sintesis teknik yang mendapatkan teori, konsep atau tingkatan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif dari integrasi data yang dilakukan pada sebuah penelitian *systematic literature review*. Pendekatan *systematic literature review* mempunyai keunggulan untuk mendapatkan temuan yang valid dan dapat diaplikasikan dari beberapa sumber penelitian sebelumnya pada suatu fenomena yang spesifik.

Dalam penelitian ini data literatur yang digunakan adalah jurnal dengan kualifikasi tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan masalah dengan menyajikan sumber-sumber literatur yang pernah dibuat oleh para peneliti sebelumnya, dengan menggunakan teknik ini peneliti dapat menyajikan berbagai teori yang relevan dengan



permasalahan yang sedang diteliti sehingga informasi yang didapatkan dapat dijadikan referensi untuk memperkuat argumentasi yang ada.

Tahapan di dalam melakukan tinjauan sistematis dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa langkah yaitu:

Identifikasi

Tahapan ini adalah mengumpulkan artikel yang akan direview untuk kemudian dijadikan dasar dalam melakukan review. Database yang digunakan yaitu Sinta (*Scienc and Technology Index*) RistekDikti dengan ketentuan S2-S6 (Sinta2 s/d Sinta6); neliti.com dan juga google cendekia. Strategi yang dilakukan dalam mengumpulkan bahan antara lain; bahan yang dikumpulkan merupakan jurnal akademis, dengan rentang waktu tahun 2015 – 2021 dengan menggunakan kata kunci; *Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Layanan Daring, E-Service Quality, E-Servqual*

Seleksi

Setelah menemukan sumber yang akan direview selanjutnya adalah menseleksi jurnal yang akan direview. Ada 640 sumber jurnal akademis yang ditemukan dalam database. Kemudian dilakukan tinjauan (*screening*) melalui abstrak dari masing-masing jurnal.

Kelayakan dan inklusi

Langkah terakhir adalah kelayakan dan Inklusi, yaitu proses yang dilakukan untuk menyaring jurnal-jurnal yang layak dan sesuai dengan tema penelitian. Dalam proses ini penulis menggunakan pendekatan **PICO** (*Population, Intervention, Context, dan Ouput*). Sehingga diputuskan 37 jurnal yang kemudian dijadikan sampling dan sesuai dengan tema pembahasan penelitian.

Tabel 1 Proses Seleksi Jurnal

Keterangan		Kriteria Pencarian
Population	sekumpulan objek penelitian yang akan diteliti	Sumber : garuda.kemendikbud.go.id; neliti.com; google cendekia
Intervention	berisi dari hasil rumusan yang akan menjadi dasar penelitian	Kata Kunci : <i>Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Layanan Daring, e-service quality, e-servqual</i>
		Tahun : 2015 - 2021
Context	kegiatan yang dilakukan peneliti untuk mengelompokan ataupun mengklasifikasikan tema objek penelitian	Lingkup Pembahasan : Bisnis, Manajemen, Pemasaran, & Manajemen Strategi
		Kualitas : Sinta 2-6
Output	hasil dari objek penelitian yang telah ditetapkan	Dokumen : Full text; Bahasa Indonesia; Jurnal Akademik

Setelah mendapatkan 37 jurnal yang merepresentasikan tema terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini. Kemudian dilakukan pengkelompokan jurnal acuan yang akan dijadikan sumber data dalam penelitian ini. Acuan tersebut sesuai dengan



redaksi jurnal beserta peringkat mereka di dalam situs pemeringkat jurnal milik RistekDikti yaitu SINTA (*Science and Technology Index*) yaitu <https://sinta.ristekbrin.go.id/journals>. Berikut karakteristik jurnal referensi yang digunakan dalam penelitian ini;

Tabel 2 Jurnal Referensi

Karakteristik Jurnal Referensi	Jumlah	%
Sinta - 1	0	0,00%
Sinta - 2	2	5,41%
Sinta - 3	6	16,22%
Sinta - 4	16	43,24%
Sinta - 5	12	32,43%
Sinta - 6	1	2,70%
Total	37	100,00%

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tema Penelitian Kualitas Layanan Elektronik

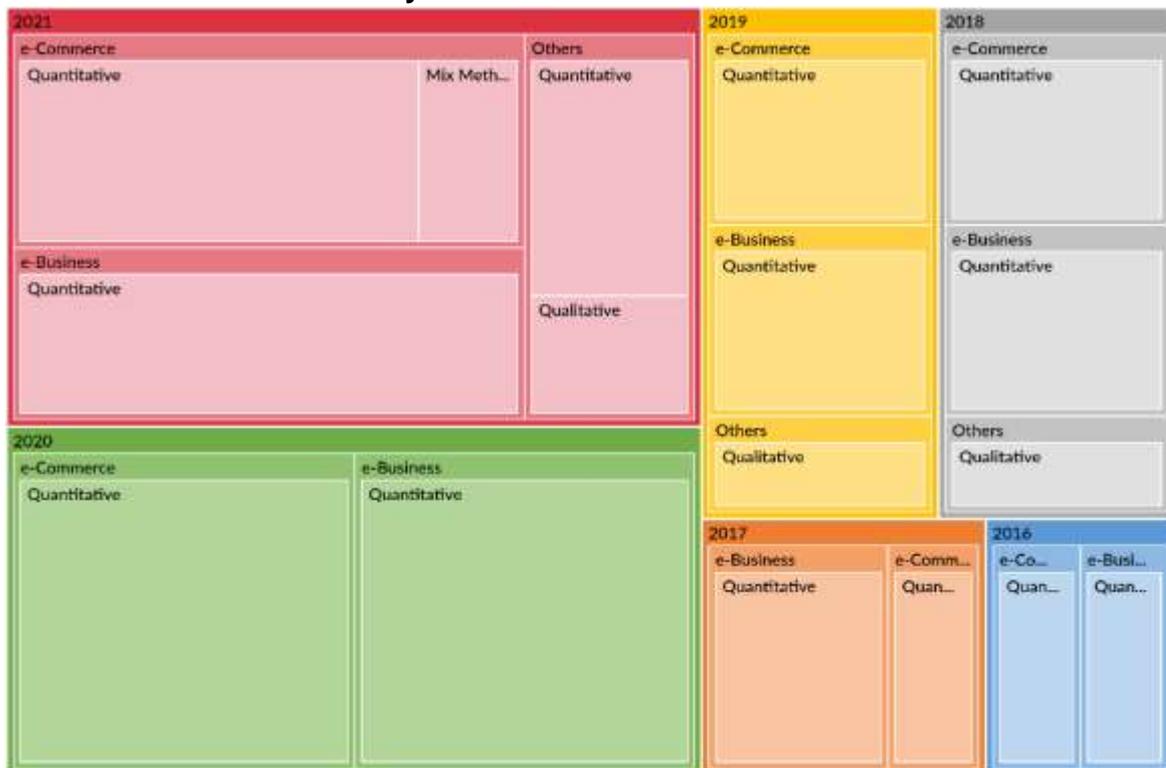
Berdasarkan hasil olah data dari menggunakan piranti lunak (*software*) VosViewer terkait dengan jurnal-jurnal bertema kualitas layanan elektronik, didapatkan temuan bahwa kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) terkait dengan beberapa hal yaitu, *e-satisfaction* (kepuasan layanan elektronik), *e-loyalty* (loyalitas terhadap layanan elektronik), *online repurchase* (pembelian ulang secara elektronik), dan *brand awareness* (pemahaman mengenai merek) serta *reliability* (yang menunjukkan mengenai akurasi dan kesesuaian jasa/produk yang ditawarkan).

Pembahasan mengenai kualitas layanan elektronik periode 2016-2021 yang dijadikan sampling pada penelitian ini memang masih banyak dikaitkan dengan kepuasan dan loyalitas elektronik pelanggan, baik dalam hal keputusan pembelian dan juga pembelian ulang. Hal tersebut menjadi lumrah karena kualitas layanan (baik elektronik ataupun konvensional) adalah salah satu alat indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja dari sebuah jasa berdasarkan sudut pandang konsumen sehingga akan berdampak kepada kepuasan dan loyalitas mereka. Beberapa penelitian yang membahas kaitan kualitas layanan elektronik dengan kepuasan konsumen antara lain; (Orientani & Jumhur, 2017) yang meneliti mengenai kualitas layanan tiket Kereta Api di Kota Bandung turut mempengaruhi kepuasan konsumen secara elektronik (*e-satisfaction*) dengan aspek *fulfilment* (kesesuaian janji layanan yang ditawarkan berupa website yang responsif) menjadi salah satu indikator yang paling baik dijawab oleh responden. Penelitian oleh (Jannah et al., 2019) yang meneliti kualitas layanan daring terhadap pembelian produk secara daring (elektronik) menyimpulkan bahwa faktor reliabilitas (akurasi dan konsistensi terhadap layanan) dan juga layanan pelanggan serta layanan pelanggan pasca pembelian mempengaruhi kepuasan elektronik (*e-satisfaction*) konsumen. Kualitas layanan elektronik juga selain terbukti mempengaruhi kepuasan konsumen secara elektronik dan secara langsung akan turut mempengaruhi loyalitas konsumen yang ditandai dengan adanya penggunaan ulang (*repeat usage*) (Ariani, Bachri, & Suardi, 2019).



Tema lain yang bersinggungan lainnya adalah keputusan pembelian, dalam tema ini banyak dibahas mengenai kemudahan yang ditawarkan dalam bentuk kualitas layanan elektronik turut menentukan pembelian maupun pembelian kembali (*repurchase*) secara daring seperti penelitian (Maulana & Suryaningwulan, 2020); (Samudro & Widyastuti, 2020) dan juga (Sholeh & Budiyanto, 2020) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan elektronik turut mempengaruhi konsumen dalam membeli produk/jasa yang ditawarkan oleh produsen. Adapun bidang yang masih jarang adalah mengenai merek (*brand*). Dalam penelitian ini hanya terdapat 1 (satu) jurnal kualitas pelayanan elektronik yang terkait dengan merek yaitu penelitian (Tirto Sakti & Napitupulu, 2018) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan elektronik pada rumah sakit Immanuel, Bandung turut menaikan citra merek perusahaan penyedia layanan sehingga kedepannya dapat memunculkan ide baru dalam bidang *internet marketing* (pemasaran melalui internet).

Fokus Penelitian Kualitas Layanan Elektronik



Hasil Kodifikasi Jurnal Penelitian

Berdasarkan hasil olah data jurnal menggunakan bantuan piranti lunak Nvivo didapatkan gambaran mengenai fokus penelitian mengenai kualitas layanan elektronik, yaitu didapatkan gambaran mengenai pembahasan pada sampel penelitian ini yaitu mengenai penelitian dengan tema kualitas layanan elektronik didominasi dengan pendekatan penelitian kuantitatif sebagai pendekatan jurnal penelitian serta objek penelitian yang didominasi dalam bidang *e-commerce* dan *e-business* (layanan yang menggunakan sarana elektronik). Objek penelitian yang dibahas dalam penelitian kualitas layanan elektronik terdiri dari lokapasar (*e-commerce*) sebanyak 16 jurnal (43%) dengan Shopee yang paling banyak diteliti oleh peneliti yaitu sebanyak 6 jurnal penelitian, sedangkan 21 jurnal (57%) sisanya masuk ke dalam layanan (bisnis ataupun non bisnis) yang menggunakan sarana elektronik dalam menyampaikan layanannya seperti gojek, grab, serta layanan keuangan (perbankan, teknologi finansial) hingga layanan penjualan

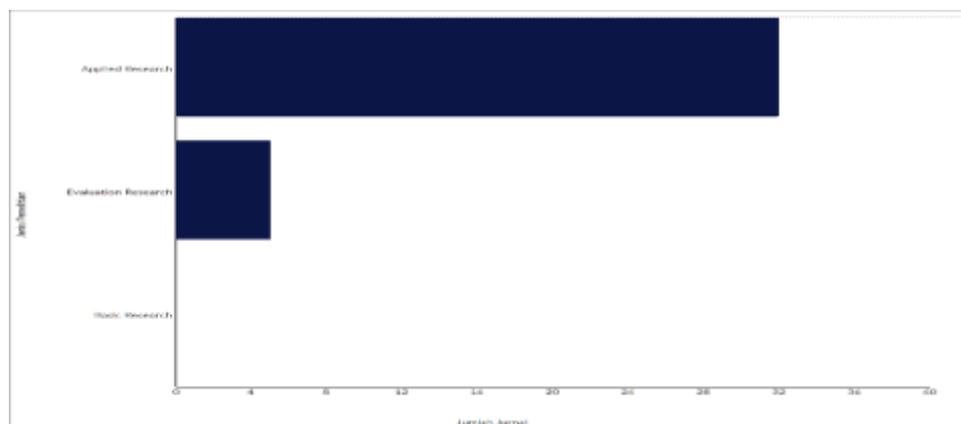


tiket KA dan rumah sakit. Gojek paling banyak dijadikan objek penelitian dalam penelitian kualitas layanan elektronik dengan 5 jurnal penelitian.

Dari total 32 jurnal yang menggunakan pendekatan kuantitatif metode analisis yang digunakan antara lain, sebanyak 18 jurnal (56%) menggunakan analisis Regresi sedangkan 14 jurnal lainnya (44%) menggunakan metode analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) dalam penelitiannya.

Jenis Penelitian Kualitas Layanan Elektronik

Berdasarkan hasil olah jurnal referensi, penelitian yang berkaitan dengan kualitas layanan elektronik banyak diterapkan pada kategori penelitian terapan dan sedikit dalam penelitian evaluasi. Dalam penelitian ini, sebanyak 32 (86%) sampel jurnal merupakan penelitian terapan dan sisanya adalah penelitian yang bersifat evaluatif yaitu sebanyak 5 jurnal (14%). Penelitian terapan sendiri diartikan sebagai penelitian yang dilakukan berkenaan dengan kenyataan-kenyataan praktis penerapan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang dihasilkan oleh penelitian dasar dalam kehidupan nyata.



Berdasarkan hasil olah data klasifikasi jenis jurnal referensi di atas dapat diartikan bahwa tema kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) masih banyak digunakan dalam penelitian yang bersifat praktis operasional kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan aktivitas individu, ataupun kelompok bisnis dan belum banyak digunakan untuk dikembangkan pada penelitian dasar. Oleh karenanya sifat dari penelitian dengan tema kualitas layanan elektronik masih bersifat korelasi dan juga pengaruh antar variabel.

E. KESIMPULAN

- Fokus penelitian mengenai tema kualitas layanan elektronik di Indonesia masih sangat berkaitan erat dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara elektronik. Hal tersebut menjadi lumrah dikarenakan pada awalnya kualitas layanan adalah sebuah alat untuk mengukur bagaimana kualitas sebuah jasa ditawarkan kepada konsumen. Tema penelitian kualitas pelayanan elektronik masih didominasi dalam pembahasan mengenai keputusan pembelian pelanggan dan juga kepuasan pelanggan beserta dengan atribut yang bersinggungan dengan tema tersebut. Seperti keputusan pembelian berkaitan dengan keputusan pembelian kembali secara elektronik dan kepuasan pelanggan bersinggungan dengan loyalitas pelanggan secara elektronik. Terlalu fokusnya penelitian kualitas layanan elektronik dalam pembahasan keputusan pembelian dan juga kepuasan pelanggan bisa dijadikan acuan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti pada lingkup pembahasan



dengan tema yang jarang dibahas seperti temuan peneliti, yaitu berkaitan dengan lingkup merek (*brand*) dan juga pengembangan dari kualitas layanan elektronik dikarenakan berkembang pesatnya bidang ICT (*Internet, Communication, Technology*).

- Fokus dan lokus penelitian dalam penelitian kualitas layanan elektronik banyak menggunakan lokapasar (*e-commerce*) sebagai objek penelitian. Sebagian besar penelitian bersifat kuantitatif dengan analisis Regresi dan SEM sebagai alat analisisnya. Masih terfokusnya penelitian kualitas layanan elektronik pada bidang *e-commerce* dan juga layanan lainnya, bisa membuka peluang bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti pada bidang pemerintahan dengan segala perangkat atribut elektroniknya hal tersebut sangat dimungkinkan dilakukan dan dapat menjadi tema penelitian pengembangan (*research and development*). Serta kurangnya penelitian pada bidang pasar modal memungkinkan untuk dapat dilakukan penelitian tema kualitas layanan elektronik pada bidang tersebut.
- Jenis penelitian dengan tema kualitas layanan masih banyak digunakan pada jenis penelitian terapan (*applied research*) dan belum banyak peneliti yang menggunakan tema tersebut untuk penelitian yang lebih *advance* (tinggi) tingkatannya seperti penelitian dasar (*basic research*) ataupun penelitian pengembangan (*research and development*). Peneliti selanjutnya dapat mulai memikirkan untuk membawa tema kualitas layanan elektronik untuk tidak hanya dilakukan pada penelitian terapan. Tetapi dapat dikembangkan lagi pada level yang lebih tinggi (dasar dan pengembangan) sehingga tema mengenai kualitas layanan elektronik ini bisa mengikuti perkembangan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, F., Bachri, S., & Suardi. (2019). Pengaruh E - Service Quality Terhadap Customer Satisfaction , Trust , Dan Dampaknya Pada Repeat Usage Pada Bni Mobile Banking Di Kantor Cabang Palu. *Jurnal Katalogis*, 6(3), 162–167.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020*, 1–146. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei>
- Blut, M. (2016). E-Service Quality: Development of a Hierarchical Model. *Journal of Retailing*, 92(4), 500–517. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.09.002>
- Chandra, H. Sen, & Hendratono, T. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Nilai Terpersepsi Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Pelanggan Erafone.Com Indonesia. *Journal Of Business & Applied Management*, 11(2), 136–154. Retrieved from <http://journal.ubm.ac.id/>
- Christian, M. (2020). Faktor Tampilan dan Penyesuaian Aplikasi pada Kualitas Layanan dalam Menganalisis Loyalitas Pengguna Transportasi Daring. *Jiems (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 13(2), 66–73. <https://doi.org/10.30813/jiems.v13i2.2279>
- Elfianto, Syahni, R., Asmawi, & Ildal. (2020). Perilaku Petani Bawang Merah Dalam Penggunaan Pestisida: Sebuah Literature Review. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(2), 709–715.
- Hasanov, J., & Khalid, H. (2015). The Impact of Website Quality on Online Purchase Intention of Organic Food in Malaysia: A WebQual Model Approach. *Procedia Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 05, No.3 / Juni 2022



- Computer Science*, 72, 382–389. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.153>
- Kadim, A., & Sunardi, N. (2022). Financial Management System (QRIS) based on UTAUT Model Approach in Jabodetabek. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1).
- Jannah, M., Nugroho, S. S., & Gitosudarmo, I. (2019). Peran Keterlibatan Produk Dalam Memoderasi Hubungan Antara Kualitas Layanan Daring Terhadap Kepuasan Daring. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 288–303.
- Latifah, L., & Ritonga, I. (2020). Systematic Literature Review (SLR): Kompetensi Sumber Daya Insani Bagi Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2763>
- Maulana, I., & Suryaningwulan, R. P. (2020). Peran Daya Tarik Konten, Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Interaksi Layanan Dalam Meningkatkan Pembelian Daring Di E-Commerce Bibli.Com Di Purwakarta. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 78–84. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.117>
- Nasir, M. (2016). Pengaruh E-Service Quality Dan Diskon Terhadap Minat Beli Pada Situs Online Di Website Zalora.Co.Id Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1), 15–18.
- Nosita, F. (2020). E-Servqual, Promosi Dan Loyalitas Pelanggan Marketplace. *Journal of Applied Business Administration*, Vol. 4, pp. 38–44. <https://doi.org/10.30871/jaba.v4i1.1937>
- Orientani, R., & Jumhur, H. M. (2017). Kualitas Layanan Tiket Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 42. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v10i2.469>
- Prasetyo, H. D., & Purbawati, D. (2016). Pengaruh e-Service Quality dan e-Security Seals Terhadap e-Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Konsumen e-Commerce (Studi Kasus pada Konsumen Lazada Indonesia). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 6, pp. 164–173. <https://doi.org/10.14710/jab.v5i2.16238>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, Vol. 5. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Rostami, A., Amir Khani, A. H., & Soltani, G. (2016). The Impact of E-service Quality on the Improvement of the Level of Communication with Customers of Bank Melli Branches in South Tehran Affairs Office. *Procedia Economics and Finance*, 36, 448–455. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30063-6](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30063-6)
- Lesmana, R., Sutarman, A., & Sunardi, N. Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), 38-45
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Kartono. The Effect of Financing and Online Marketing on MSMEs Income Increasing at Intermoda Modern Market BSD City Tangerang Selatan. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 25-34
- Lesmana, R., Sunardi, N., Hastono, H., & Widodo, A. S. (2021). Perceived Quality Membentuk Customer Loyalty via Brand Equity pada Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 157-167



- Samudro, D. A., & Widyastuti, W. (2020). Peran Kualitas Layanan Elektronik, Presepsi Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Niat Pembelian Online Streaming Musik Spotify. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8, p. 968. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p968-980>
- Sholeh, A. N., & Budiyanto, A. (2020). Preferensi (Komunikasi Pemasaran dan E-Service Quality) Mahasiswa Manajemen Universitas Pamulang Terhadap Pemilihan Situs Belanja Online. *Madani*, 3(2), 304–318.
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- Tirto Sakti, A. R., & Napitupulu, H. S. (2018). Peran E- Quality Service Terhadap Citra Merek (Studi Pada Rumah Sakit Di Kota Bandung). *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 7(2), 45–50. <https://doi.org/10.17509/image.v7i2.23119>
- Utami, W. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik pada Loyalitas Elektronik (Kepuasan Eelektronik sebagai Variabel Mediasi dan Kepercayaan yang Dirasakan sebagai Variabel Moderasi). *Menara Ekonomi*, III(6), 20–32.
- Wibowo, H. A. (2019). The mediating role of e-satisfaction on the effect of e-service quality dimensions on e-loyalty: A lesson from Bukalapak.com Indonesia. *Humanities and Social Sciences Letters*, 7(4), 199–203. <https://doi.org/10.18488/journal.73.2019.74.199.208>
- Zehir, C., & Narcikara, E. (2016). E-Service Quality and E-Recovery Service Quality: Effects on Value Perceptions and Loyalty Intentions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 427–443. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.153>
- Zemblytė, J. (2015). The Instrument for Evaluating E-Service Quality. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 801–806. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.478>