



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 4 (1) September-Februari 2025: 499-507

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Kepuasan Mahasiswa Universitas Pamulang Pada Layanan Shopee

Athian Aulia¹, Maulana Azis^{2*}, Riska Meisyadila³

^{1,2,3} Prodi Manajemen Universitas Pamulang

*Corresponding author: e-mail: Maulanaazis0300@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima **September 2024**
Disetujui **Oktober 2024**
Diterbitkan **November 2024**

Kata Kunci:

Kepuasan pelanggan,
Layanan Shopee, E-commerce

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Pamulang terhadap layanan Shopee sebagai salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia. Dalam era digital yang semakin berkembang, e-commerce telah menjadi pilihan utama bagi konsumen, terutama di kalangan mahasiswa yang sering mencari kemudahan dalam berbelanja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei kuantitatif deskriptif dengan menyebarkan kuesioner kepada 180 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Pamulang. Kuesioner dirancang untuk mengukur berbagai aspek kepuasan, termasuk kualitas layanan, kemudahan penggunaan, variasi produk, harga, dan pengiriman. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kecepatan layanan, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Mayoritas responden merasa puas dengan layanan shopee, dengan rata-rata skor mencapai 4. Penelitian ini menunjukkan pentingnya Shopee untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan guna mempertahankan dan meningkatkan kualitas kepuasan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola Shopee untuk meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi harapan pengguna, khususnya di kalangan mahasiswa.

ABSTRACT

This research aims to evaluate the level of satisfaction of Pamulang University students towards Shopee services as one of the leading e-commerce platforms in Indonesia. In the growing digital era, e-commerce has become the main choice for consumers, especially among students who are often looking for convenience in shopping. The method used in this study is a descriptive quantitative survey by distributing questionnaires to 180 respondents who are students of Pamulang University. Questionnaires are designed to measure various aspects of satisfaction, including service quality, ease of use, product variety, price, and delivery. Research results show that factors such as ease of use, service speed, and product quality have a significant effect on user satisfaction. The majority of respondents were satisfied with the shopee service, with an average score of 4. This research shows

Keywords:

Customer satisfaction,
Shopee Service, E-commerce

the importance of Shopee to continue to innovate and improve the quality of service to maintain and improve the quality of customer satisfaction. This research is expected to provide input for Shopee managers to improve the quality of service and meet user expectations, especially among students.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat berbelanja, dengan munculnya marketplace sebagai solusi utama dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Marketplace adalah wadah atau platform yang menunjang aktivitas jual beli online atau disebut sebagai e-commerce di Indonesia. Sejak munculnya marketplace seperti Shopee, Tokopedia, lazada, Amazon, dll. Cara konsumen berbelanja telah berubah.

Meningkatnya perkembangan marketplace di Indonesia mempengaruhi daya beli konsumen untuk mencari layanan yang berkualitas dalam melakukan transaksi pembelian. Berdasarkan laporan Digital 2024 Global Overview yang dirilis We Are Social dan Meltwater, 59% pengguna internet di Indonesia gemar berbelanja online. Hal ini menempatkan Indonesia di urutan ke-9 dunia untuk proporsi pengguna internet yang sering berbelanja online. Kelompok umur 20-30 tahun merupakan kelompok yang paling sering menggunakan PPMSE (Penyelenggara Perdagangan Elektronik) atau berbelanja di platform marketplace atau e-commerce.

Kepuasan pelanggan di marketplace merupakan aspek penting yang mempengaruhi keberhasilan dan daya saing platform e-commerce dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai penilaian terhadap suatu produk atau layanan yang diterima pelanggan dibandingkan dengan harapan pelanggan sebelumnya.

kepuasan merupakan hasil persepsi terhadap kinerja produk yang dikonsumsi (Kotler dan Keller, 2016) Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berdampak langsung pada loyalitas dan retensi pelanggan. Pelanggan yang puas kemungkinan besar akan membeli lagi dan merekomendasikan kepada orang lain.

Kualitas produk menjadi salah satu alasan utama pelanggan memilih berbelanja di marketplace tertentu (iPrice Group, 2020). Review dan rating dari pelanggan lain juga berperan penting dalam mengenali kualitas produk. Ulasan positif dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendorong pembelian (Chen dan Dubinsky, 2003). Kualitas layanan pelanggan di e-commerce berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan (Zithami et al, 2019). Menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat dapat meningkatkan pengalaman berbelanja.

Shopee menempati posisi pertama sebagai marketplace online paling populer di Indonesia, Shopee menawarkan berbagai produk dengan kemudahan akses dan metode pembayaran yang beragam. Didukung oleh jumlah unduhan terbanyak di Google Play maupun Apple Store. Selain itu, platform ini juga memegang predikat sebagai platform belanja online terfavorit bagi para pengguna aktif bulanan (data. ai,2022).

Shopee menduduki posisi teratas sebagai marketplace online yang paling banyak dikunjungi di Indonesia pada Mei 2023, dengan total 161 juta pengunjung (Similarweb, 2023). Banyaknya pengunjung mencerminkan tingginya permintaan akan kualitas layanan pelanggan sebagai marketplace terkemuka di Indonesia, guna memenuhi kebutuhan mereka. Penilaian kualitas layanan didasarkan pada perbandingan layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan (Kotler, 2019).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Pamulang terhadap layanan Shopee, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan tersebut. Dengan demikian, kami dapat memperoleh pemahaman lebih dalam tentang bagaimana platform ini mempengaruhi perilaku konsumen mahasiswa. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan dan harapan mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi Shopee untuk meningkatkan layanannya.

KAJIAN LITERATUR

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapan (Kotler & Keller, 2016).

Kepuasan dapat dinilai setelah pembelian, jika pilihan yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Suryani & Koranti, 2022). Pelanggan yang puas sering melakukan pembelian berulang. Oleh karena itu, kualitas layanan yang baik penting untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru. Dengan demikian, kualitas layanan dapat ditetapkan sebagai kunci sukses untuk kepuasan pelanggan.

2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah evaluasi pelanggan terhadap seberapa baik layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan berarti usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan waktu pengiriman untuk memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono, 2016). Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau bahkan melampaui harapan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2012:77).

3. Hubungan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan peningkatan kualitas layanan dapat berkontribusi pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Kualitas layanan yang baik membuat pelanggan merasa dihargai dan memperkuat ikatan emosional mereka dengan penyedia layanan (Gounaris, 2005).

Indikator yang digunakan dalam penelitian adalah Kepuasan Pelanggan (Kotler 2016):

- 1) Pengalaman, artinya suatu kegiatan yang pernah dilakukan atau dialami sehingga dapat menimbulkan kepuasan.
- 2) Harapan pelanggan, artinya kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk perusahaan.
- 3) Kebutuhan, artinya kesesuaian antara keperluan atau kebutuhan dengan produk yang tersedia. Bila semua terpenuhi, maka akan timbul kepuasan.

METODE

Pada penelitian ini teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu menggunakan survey berupa kuesioner yang disebarakan melalui google form dengan objek penelitian yaitu Mahasiswa Universitas Pamulang. Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari dua bagian utama. Pada bagian pertama kuesioner terdapat informasi demografis responden akan ditanyakan. Pada bagian kedua, responden diminta untuk menilai skala likert terhadap setiap pernyataan terkait kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada platform Shopee. Kuesioner dirancang dengan menggunakan skala dari 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju). Dengan jumlah responden sebanyak 180 Mahasiswa pengguna aplikasi shopee.

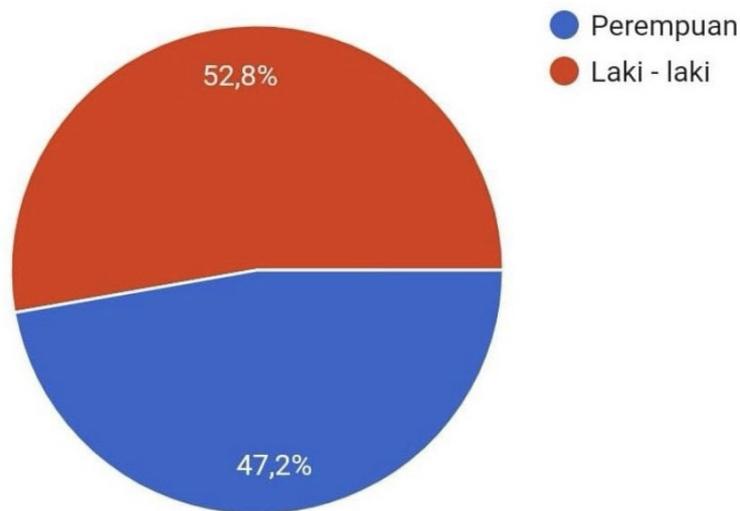
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif analisis. Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian kualitatif adalah “metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi”. Adapun metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang hasil penelitiannya adalah data deskriptif yaitu berupa kata-kata (Subandi, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. HASIL

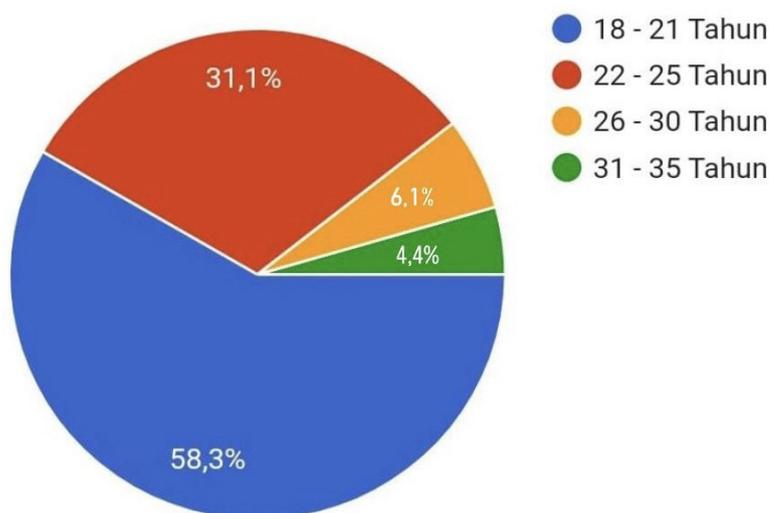
Data responden yang diperoleh setelah melakukan pengisian kuesioner melalui google form sebanyak 180 responden. Dimana data responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, umur dan frekuensi belanja Mahasiswa Universitas Pamulang di platform Shopee.

Grafik 1 Jenis Kelamin



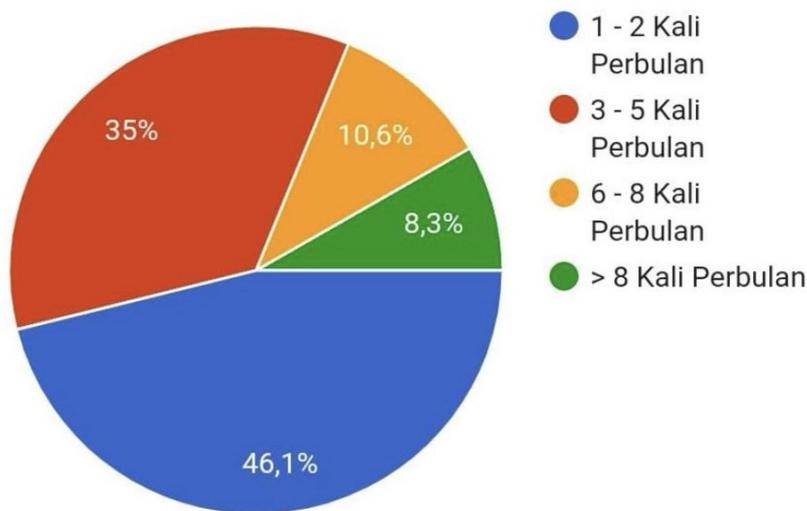
Grafik 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki dengan presentase sebesar 52,8% (n=95). Sementara responden perempuan sebesar 47,2% (n=85) dimana jumlah responden laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan dalam survei ini.

Grafik 2 Usia



Grafik 2 menunjukkan bahwa usia responden 18-21 tahun sebesar 58,3% (n=105), 22-25 tahun sebesar 31,1% (n=56), 26-30 tahun sebesar 6,1% (n=11) dan 31-35 tahun sebesar 4,4% (n=8). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Shopee berasal dari kelompok usia muda.

Grafik 3 Frekuensi Belanja



Grafik 3 menunjukkan frekuensi belanja Mahasiswa Universitas Pamulang di Shopee bahwa mayoritas responden berbelanja 1-2 kali perbulan dengan persentase sebesar 46,1% (n=83). Responden yang berbelanja 3-5 kali perbulan mencapai 35% (n=63). Sementara itu, 10,6% (n=19) responden berbelanja 6-8 kali perbulan, dan 8,3% (n=15) berbelanja lebih dari 8 kali per bulan. Hasil ini menunjukkan bahwa kebanyakan mahasiswa melakukan pembelian secara teratur tetapi dengan frekuensi yang relatif rendah.

Secara keseluruhan, hasil survei ini memberikan gambaran yang jelas tentang karakteristik demografis dan pola belanja mahasiswa Universitas Pamulang di platform Shopee, dengan dominasi responden laki-laki dan kelompok usia muda yang melakukan pembelian secara teratur tetapi tidak terlalu sering.

	Pengalaman				Harapan				Kesadaran			
	P1	P2	P3	P4	H1	H2	H3	H4	K1	K2	K3	K4
Rata -Rata	4,5	4	4	4	4	4	3,5	4	4,5	4,5	4	3,5
Rata -Rata Indikator	4,125				3,875				4,125			

Tabel 1 Kepuasan Mahasiswa Pamulang Pada Layanan Shopee

Tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat tiga indikator yang mendapat respons setuju dari mahasiswa Universitas Pamulang, yaitu pengalaman, harapan, dan kebutuhan. Semua indikator tersebut menunjukkan persetujuan dari responden, yang mengindikasikan bahwa mahasiswa merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Shopee.

Skor tertinggi tercatat pada indikator pengalaman dan kebutuhan, menandakan bahwa mahasiswa sangat menghargai pengalaman berbelanja yang mereka alami serta pemenuhan kebutuhan mereka di platform tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee berhasil menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan dan memenuhi ekspektasi kebutuhan mahasiswa, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan kemungkinan rekomendasi kepada orang lain.

2. PEMBAHASAN

a. Pengalaman

Pengalaman adalah hasil dari kegiatan yang pernah dilakukan atau dialami seseorang, yang bisa membuat orang merasa puas. Pengalaman ini membantu pelanggan membuat keputusan tentang produk atau layanan yang mereka pilih di masa depan (Sumarwan, 2011).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor untuk indikator pengalaman mencapai 4, yang menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi. Hasil ini konsisten dengan tujuan awal penelitian, yang berfokus pada pemahaman bagaimana pengalaman berbelanja dapat mempengaruhi kepuasan. Tingkat kepuasan yang tinggi dalam aspek pengalaman menunjukkan bahwa Shopee berhasil memenuhi ekspektasi mahasiswa. Hal ini memberikan dasar yang kuat untuk rekomendasi perbaikan dan pengembangan lebih lanjut dari layanan Shopee.

Didukung oleh penelitian dalam jurnal akademis, menjelaskan mengapa mahasiswa Universitas Pamulang merasakan kepuasan yang tinggi terhadap pengalaman berbelanja di Shopee. Proses checkout yang mudah, pengalaman yang lebih baik dibandingkan platform lain, kenyamanan penggunaan aplikasi, dan pengalaman berbelanja yang mengesankan semuanya berkontribusi pada kepuasan yang tinggi di kalangan pengguna.

b. Harapan

Harapan adalah kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk perusahaan (Kotler, 2016). Harapan yaitu ukuran yang digunakan pelanggan untuk membandingkan seberapa baik produk sebenarnya dibandingkan dengan yang mereka harapkan, sehingga tingkat kepuasan dipengaruhi oleh sejauh mana harapan terpenuhi.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa rata-rata skor untuk indikator harapan mencapai 3,8. Menunjukkan Shopee berhasil memenuhi harapan pengguna dalam aspek pengiriman, dukungan pelanggan, dan kualitas produk. Mencerminkan tingkat kepuasan yang baik, menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Pamulang merasa puas dengan layanan Shopee. Ini juga menegaskan

pentingnya pemenuhan harapan pelanggan dalam membangun loyalitas dan kepuasan jangka panjang.

Didukung oleh penelitian dalam jurnal akademis, menjelaskan mengapa mahasiswa Universitas Pamulang merasakan kepuasan yang tinggi terhadap pengiriman, dukungan pelanggan, dan kualitas produk di Shopee. Pengiriman yang tepat waktu, dukungan pelanggan yang responsif, dan kualitas produk yang baik semua berkontribusi pada pengalaman positif pengguna dan menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih besar.

c. Kebutuhan

Kebutuhan adalah kesesuaian antara keperluan atau kebutuhan dengan produk yang tersedia. Bila semua terpenuhi, maka akan timbul kepuasan. Kebutuhan merujuk pada kesesuaian antara keperluan pelanggan dengan produk yang tersedia di pasar.

Hasil rata-rata 4 pada indikator kebutuhan ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Pamulang cukup puas dengan layanan Shopee dalam hal ketersediaan produk, kemudahan pencarian, dan penawaran promosi. Hal ini menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan memenuhi ekspektasi mereka, berpotensi meningkatkan penggunaan layanan di masa mendatang.

Rata-rata 4 menunjukkan bahwa mahasiswa merasa Shopee menyediakan produk yang mereka butuhkan. Hal ini bisa terjadi karena Shopee memiliki berbagai kategori produk yang luas, sesuai dengan kebutuhan sehari-hari mahasiswa (Wang & Zhang, 2020). mahasiswa merasakan kemudahan dalam mencari produk. Ini mendukung temuan bahwa kemudahan navigasi dalam platform e-commerce sangat memengaruhi kepuasan pengguna (Hassan & Aftab, 2021).

Penawaran diskon yang tepat waktu dan menarik dapat mendorong keputusan pembelian dan meningkatkan kepuasan pengguna (Chen et al., 2020). Ini konsisten dengan penelitian yang menyatakan bahwa promosi dapat meningkatkan minat beli dan kepuasan pelanggan (Kumar & Reinartz, 2016).

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Pamulang terhadap layanan Shopee sebagai salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia. Di era digital yang semakin berkembang, e-commerce telah menjadi pilihan utama konsumen, khususnya kalangan pelajar yang kerap mencari kemudahan dalam berbelanja.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 180 mahasiswa Universitas Pamulang. Kuesioner dirancang untuk mengukur berbagai aspek kepuasan, termasuk kualitas layanan, kemudahan penggunaan, variasi produk, harga, dan pengiriman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap layanan Shopee, dengan rata-rata skor kepuasan mencapai 4 dari 5. Aspek yang paling diapresiasi oleh mahasiswa adalah proses checkout di Shopee yang mudah dipahami dan dilakukan karena kemudahannya. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan pentingnya Shopee untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan guna menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen khususnya di kalangan pelajar. Kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengelola Shopee dan pemangku kepentingan lainnya untuk lebih memahami kebutuhan dan harapan konsumen di segmen pasar ini.

REFERENSI

- Sharma, A., & Sharma, A. (2020). "Impact of User Interface Design on Customer Satisfaction in E-Commerce." *International Journal of Information Management*, 52, 102-112.
- Srinivasan, S., & Raghunathan, R. (2019). "Service Quality and Customer Satisfaction in E-Commerce: A Study of Indian Online Shoppers." *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 394-402.
- Deng, Z., & Poole, M. S. (2019). "The Influence of User Experience on Customer Satisfaction in E-Commerce." *Computers in Human Behavior*, 97, 254-264.
- Ladhari, R., & Ladhari, I. (2017). "The Effects of the Shopping Experience on Customer Satisfaction: A Multidimensional Approach." *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38, 143-155.
- Wang, J., & Zhang, Y. (2020). "The Impact of Product Variety on Consumer Satisfaction in E-commerce." *Journal of Business Research*.
- Lee, S. (2019). "User Experience and Customer Satisfaction in E-commerce." *International Journal of Information Management*.
- Hassan, S., & Aftab, S. (2021). "The Role of Website Usability in Online Shopping: A Case Study of E-commerce Platforms." *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Chen, Y., Wang, Y., & Huang, M. (2020). "The Influence of Discounts on Customer Purchase Intentions in Online Shopping." *Journal of Marketing Research*.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2016). *Creating Enduring Customer Value*. Harvard Business Review Press.