

ABSTRAK

Belanja *online* menjadi tren belanja di Indonesia dan Shopee menjadi salah satu aplikasi belanja *online* yang populer di Indonesia. Pada kuartal III tahun 2021 Shopee masih tertinggal dengan Tokopedia dilihat dari pengunjung bulanan, Shopee dengan 134.383.300 dan Tokopedia lebih unggul dengan 158.136.700. Shopee tentu selalu berusaha meningkatkan kualitas layanannya, karena kualitas layanan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut layanan apa dari Shopee yang perlu diprioritaskan untuk ditingkatkan dan seberapa puas persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Shopee.

Metode yang dipilih untuk mencapai tujuan penelitian adalah kombinasi metode *Importance Performance Analysis (IPA) Customer Satisfaction Index (CSI)* dengan menggunakan bantuan model *E-Service Quality* modifikasi sebagai indikator penelitian. kombinasi metode IPA dan CSI efektif digunakan karena kedua metode tersebut dapat menggunakan indikator atribut penelitian yang sama dan jenis penilaian yang sama pula yaitu skala likert untuk penilaian kinerja dan kepentingan/harapan. Berdasarkan perhitungan sampel metode *slovin* dengan tingkat *margin error* 5% mendapatkan hasil bahwa minimal responden yang digunakan yaitu 400 responden. Responden yang dipilih sebagai sampel merupakan responden dengan kriteria pernah bertransaksi dalam kurun waktu 6 bulan terakhir dan berdomisili atau pernah menggunakan Shopee di Yogyakarta.

Pada pengujian validitas semua indikator atribut pada penilaian kinerja dan kepentingan memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi dari r tabel (r hitung $>$ r tabel) sehingga semua indikator dan data penelitian dinyatakan valid. Pengujian reliabilitas menunjukkan hasil bahwa semua dimensi penelitian kinerja dan kepentingan dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 ($\alpha >$ 0,6). Pada analisis metode IPA terdapat satu indikator atribut pada kuadran I yaitu OA1 (*Order Accuracy*) tentang kesesuaian produk yang dipesan dengan yang dikirimkan, sehingga shopee perlu meninjau ulang toko *marketplace* untuk mencegah penipuan dan kecurangan dari pihak penjual, kemudian kuadran II terdapat 14 indikator atribut, kuadran III dengan 13 indikator atribut, dan kuadran IV dengan 2 indikator atribut. Perhitungan metode CSI mendapatkan hasil persentase kepuasan pelanggan sebesar 80,73% dan dapat dinyatakan bahwa pelanggan merasa “puas” terhadap kualitas layanan Shopee. Implementasi dari metode IPA dan CSI diharapkan dapat membantu pihak Shopee dalam meningkatkan kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *E-Commerce, E-Marketplace, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan Elektronik, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI)*.

ABSTRACT

Online shopping is a shopping trend in Indonesia and Shopee is one of the most popular online shopping applications in Indonesia. In the third quarter of 2021, Shopee still lags behind Tokopedia in terms of monthly visitors, Shopee with 134,383,300 and Tokopedia ahead with 158,136,700. Shopee always strives to improve the quality of its services, because service quality is closely related to customer satisfaction. Therefore, this study aims to analyze what service attributes from Shopee need to be prioritized to be improved and how satisfied are customer perceptions of the service quality provided by Shopee.

The method chosen to achieve the research objectives is a combination of the Importance Performance Analysis (IPA) Customer Satisfaction Index (CSI) method using the modified E-Service Quality model as a research indicator. the combination of IPA and CSI methods is effective because both methods can use the same research attribute indicators and the same type of assessment, namely the Likert scale for performance assessment and interests/expectations. Based on the calculation of the slovin method sample with a margin of error of 5%, the result is that the minimum number of respondents used is 400 respondents. Respondents selected as samples are respondents with the criteria of having transacted within the last 6 months and domiciled or have used Shopee in Yogyakarta.

In testing the validity of all attribute indicators in the performance and importance assessment, the value of r count is higher than r table (r count $>$ r table) so that all indicators and research data are declared valid. Reliability testing shows that all dimensions of research performance and interest are declared reliable with Cronbach's Alpha value of more than 0.6 ($\alpha >$ 0.6). In the analysis of the IPA method, there is one attribute indicator in quadrant I, namely OA1 (Order Accuracy) regarding the suitability of the product ordered and delivered, so shopee needs to review the marketplace store to prevent fraud and fraud from the seller, then quadrant II there are 14 attribute indicators, quadrant III with 13 attribute indicators, and quadrant IV with 2 attribute indicators. Calculation of the CSI method results in the percentage of customer satisfaction of 80.73% and it can be stated that customers are "satisfied" with Shopee's service quality. The implementation of the IPA and CSI methods is expected to assist Shopee in improving service quality in order to increase customer satisfaction.

Keywords : E-Commerce, E-Marketplace, Customer Satisfaction, Electronic Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI).