

## Abstrak

Perkembangan teknologi dan informasi di Indonesia bisa dikatakan cukup berkembang dan pesat seiring berjalannya waktu, Disisi lain berkembangnya ponsel pintar dan juga terjangkau membuat munculnya berbagai aplikasi yang menawarkan kemudahan dalam menjalani hidup sehari hari, Meningkatnya pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia dari tahun ke tahun menyebabkan pertumbuhan penyedia industri jasa daring semakin meningkat dengan bermunculannya aplikasi seperti Gojek, Tokopedia, Grab, dan Shopee. Jumlah nominal transaksi *e-commerce* yang meningkat tentunya akan mendorong laju perekonomian di Indonesia, hasil riset Indef pada tahun 2018 menunjukkan bahwa keberadaan *e-commerce* mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia sebesar 0,71% (MediaIndonesia.com, 2019). Shopee yang sebelumnya berada di peringkat pertama untuk aplikasi *e-commerce* terpopuler di Indonesia, namun disalib oleh Tokopedia pada kuartal 2 tahun 2021, Dalam dunia bisnis salah satu yang yang menjadi pilar utama terbentuknya bisnis yang baik adalah mengedepankan dan mengelola kualitas layanan yang diberikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan aplikasi Shopee berdasarkan dimensi *E-Servqual*. pihak Shopee juga perlu mengukur sejauh mana kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan mampu memuaskan pelanggan, sehingga diharapkan adanya perbaikan (*improvement*) dan kepuasan pelanggan akan lebih meningkat. Dimensi kualitas layanan elektronik seperti *web design, reability, system availability, responsiveness, empathy, dan ease of navigation* adalah faktor kunci untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan elektronik.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Berdasarkan tujuan tergolong penelitian konklusif dengan tipe penyelidikan kausal. Teknik pengambilan sample yang digunakan pada penelitian ini yaitu *probability sampling* yaitu sampling acak sederhana (*simple random sampling*) dengan 100 responden secara online melalui google docs. Skala pengukuran yang digunakan yaitu ordinal, dengan skala likert. Namun dalam pengujian hipotesis menggunakan Uji pengaruh maka perlu menaikkan skala ordinal menjadi interval dengan menggunakan *methods seccesive interval (MSI)*. Teknik analisis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis menggunakan uji f dan uji t.

Berdasarkan hasil pengolahan, analisis data serta pengujian hipotesis pada penelitian ini maka diperoleh, *E-service quality* pada Aplikasi Shopee berada pada kategori cukup baik, *costumer satisfaction* para pengguna Aplikasi Shopee berada pada kategori cukup baik. *E-service quality* pada Aplikasi Shopee mempengaruhi

kepuasan pelanggan pengguna pada aplikasi shopee, hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji t dan uji f.

Adapun saran dari hasil penelitian ini adalah agar shopee lebih melakukan pengukuran kepuasan secara terpisah antara penjual dan pembeli, sehingga manajemen benar-benar mengetahui atribut yang harus diprioritaskan, pengembang shopee memberikan saran kepada para ekspedisi untuk memberikan layanan yang cepat dan tepat sesuai dengan slogan dari aplikasi shopee. Dan shopee perlu memberikan kemudahan kepada para penggunanya, seperti memberikan diskon dan *shopee pay latter* , guna meningkatkan terus-menerus.

**Kata Kunci:** *customer satisfaction, e-servqual, empathy, ease of navigation , reability, responsiveness, system availability , web design.*