

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP
PELAYANAN PRIMA (*EXCELLENT SERVICE*) PADA *E-COMMERCE*
SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
SILIWANGI TASIKMALAYA)**

Mey A. Sihotang^{1*}, Anita Rulistiani², Mila Nurfatimah³

^{1,2,3} Universitas Siliwangi, Tasikmalaya

E-mail: ¹⁾192165045@student.unsil.ac.id, ²⁾192165073@student.unsil.ac.id,
³⁾192165075@student.unsil.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Tingkat Kepuasan Mahasiswa terhadap Pelayanan Prima (*Excellent Service*) pada *E-Commerce* Shopee. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif analisis. Teknik pengambilan data menggunakan *survey* berupa kuisisioner yang disebarikan kepada objek penelitian melalui google form. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik simple random sampling, dalam penelitian ini diambil jumlah responden sebanyak 50 mahasiswa Universitas Siliwangi pengguna aplikasi Shopee. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa terhadap Pelayanan Prima (*Excellent Service*) pada *E-Commerce* Shopee yaitu *Satisfied* (Puas). Hal ini karena sebagian besar yaitu sebanyak 68% mahasiswa merasa puas (*Satisfied*) dengan pelayanan ketika berbelanja di Shopee. Sedangkan sebagian lainnya yaitu sebanyak 14% merasa sangat puas (*very satiesfied*) dan 9% mahasiswa merasa netral dengan pelayanan yang diberikan ketika berbelanja di Shopee.

Kata Kunci: Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan, *E-Commerce*, Shopee

Abstract

The purpose of this study is to determine the level of goals for Excellent Service at Shopee E-Commerce. The research method used in this study is a qualitative method using a descriptive analysis approach. The data collection technique used a survey in the form of a questionnaire distributed to the object of research via google form. The research sample was taken using a simple random sampling technique, in this study the number of respondents was 50 students of the University of Siliwangi who used the Shopee application. Based on the research, it was found that the level of student satisfaction with Excellent Service at E-Commerce Shopee was Satisfied (Satisfied). This is because most of them, as many as 68% of students are satisfied with the service when shopping at Shopee. While some others, namely 14% felt very satisfied and 9% of students felt neutral with the services provided when shopping at Shopee.

Keywords: *Excellent Service, Customer Satisfaction, E-Commerce, Shopee*

1. PENDAHULUAN

Teknologi mengalami perubahan dan kemajuan seiring dengan perkembangan zaman dan globalisasi. Perkembangan teknologi ini ditandai dengan kemudahan dalam melakukan segala aktivitas sehari-hari salah satunya dalam hal perbelanjaan. Dengan adanya perkembangan teknologi, transaksi jual beli dapat dilakukan secara online melalui *E-Commerce*. Dimana *E-Commerce* ini merupakan kumpulan dari teknologi, aplikasi, dan bisnis yang digunakan sebagai penghubung antara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen untuk melakukan transaksi jual beli serta pertukaran informasi melalui jaringan internet (Silvia & Anwar, 2021).

Di Indonesia, terdapat beberapa *E-Commerce* yang digunakan oleh masyarakat, antara lain Lazada, Tokopedia, Blibli, Shopee, dan masih banyak lagi. Diantara *E-Commerce* tersebut, Shopee merupakan salah satu *E-Commerce* yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Dari hasil riset Ipsos, berdasarkan data Similar Web for App Performance mengenai aplikasi *E-Commerce* di Indonesia, aplikasi Shopee memiliki jumlah *Daily Active User* (DAU) selama Desember 2021 yaitu mencapai 33,27 juta.

Untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengguna Shopee, salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan terbaik berdasarkan konsep pelayanan prima (*Excellent Service*). Pelayanan prima (*Excellent Service*) adalah salah satu sikap atau cara dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan. Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Adapun konsep yang digunakan adalah konsep pelayanan prima A6, yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan memperhatikan Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggungjawab (*Accountability*) (Barata, 2003).

Dengan menerapkan konsep pelayanan prima maka diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun tingkat kepuasan pelanggan ini diukur dari 8 indikator, yaitu “*Faster* (Kecepatan), *More Precisely* (Ketepatan), *More Comfortable* (Kenyamanan), *Safer* (Keamanan), *More Quality* (Kualitas), *More Quantity* (Kuantitas), *Cheaper* (Lebih murah) dan *More Satisfied* (Kepuasan)”.

Berdasarkan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tingkat Kepuasan Mahasiswa terhadap Pelayanan Prima (*Excellent Service*) pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Siliwangi Tasikmalaya).

2. LANDASAN TEORI

2.1. *E-Commerce*

E-Commerce merupakan sekumpulan proses bisnis yang menghubungkan suatu perusahaan dengan konsumen melalui media elektronik. Hal ini selaras dengan Dr. Richardus Eko Indrajit dalam bukunya *E-Commerce: Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya*, CommerNet mendefinisikan “*E-Commerce* adalah penggunaan jejaring komputer (komputer yang saling terhubung) sebagai sarana penciptaan relasi bisnis (Indrajit, 2000). Selain itu di dalam *E-Commerce* terjadi proses pembelian dan produk atau jasa antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan internet”.

Pada sistem *E-Commerce* proses bisnis yang pertama disebut sebagai *Information Sharing* (Kartika & Priyadi, 2020). Penjual berprinsip untuk mencari dan mendapatkan pembeli sebanyak mungkin, sedangkan prinsip *buyer*/pembeli adalah mencari produk atau jasa yang diinginkan, serta berusaha untuk mencari tahu bagaimana penilaian yang diberikan oleh orang lain atau pembeli yang lain terhadap suatu produk atau jasa tersebut. Proses yang kedua adalah melakukan pemesanan produk dan jasa secara elektronik. Pembelian yang dilakukan oleh dua pihak biasanya dilakukan tertentu seperti *Electronic Data Intercange* (EDI) (Wibowo, 2014). Proses terakhir yaitu melakukan aktivitas purna jual, pada tahap ini penjual dan pembeli melakukan berbagai macam aktivitas atau komunikasi seperti keluhan, pertanyaan, diskusi, dan lainnya.

Manfaat serta keuntungan yang dimiliki *E-Commerce*, yaitu:

- 1) *E-Commerce* dapat memperluas jangkauan pasar
- 2) Terciptanya *brand awareness*
- 3) Kemudahan melakukan pembelian dan pembayaran oleh *customer*
- 4) Dapat menghemat waktu dan biaya
- 5) Pengelolaan dalam pengiriman lebih mudah

2.2. Shopee

Shopee merupakan salah satu platform belanja *online*. Shopee di Indonesia diluncurkan sejak Desember tahun 2015 dan menjadi salah satu platform belanja *online* yang paling diminati oleh masyarakat (Suadnya et al., 2021). Berdasarkan data hasil *survey* yang dilakukan oleh MarkPlus, sebuah perusahaan terkemuka, menunjukkan bahwa *E-Commerce* Shopee menempati posisi pertama sebagai *E-Commerce* yang pertama kali muncul di benak masyarakat dengan jumlah responden yang memilih Shopee sebanyak 31%. Diposisi kedua yaitu Lazada yang dipilih oleh 20,3% responden, sedangkan diposisi ketiga yaitu Tokopedia yang dipilih oleh 17,9% responden.

Berdasarkan hasil survei tersebut, untuk mempertahankan posisi Shopee sebagai platform belanja *online* no 1 di Indonesia, maka penting bagi Shopee untuk menjaga kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan merek, maupun loyalitas pelanggan.

2.3. Pelayanan Prima (*Excellent Service*)

Pelayanan prima atau *Excellent service* merupakan suatu kemampuan maksimal perusahaan atau perseorangan dalam memberikan pelayanan terbaik agar kebutuhan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi (Agtovia & Kamal, 2017). Menurut Suwithi (1999) menjelaskan bahwa "Pelayanan prima atau *Excellent service* merupakan pelayanan terbaik yang diberikan kepada pelanggan baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan pada prosedur pelayanan". Pelayanan prima dapat dipahami sebagai suatu usaha melayani pelanggan lebih dari yang diharapkan dengan memberi perhatian terhadap waktu, ketepatan, keamanan, kenyamanan, kualitas, kuantitas, biaya, proses, dan kepuasan (Anorogo & Widiyanti, 1990). Pelayanan prima dapat diartikan sebagai suatu bentuk kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan layanan terbaik dalam memfasilitasi pemenuhan kebutuhan untuk mewujudkan kepuasan pelanggan.

Pelayanan prima terdiri dari 6 unsur pokok (Barata, 2003), yaitu:

- 1) *Ability* (Kemampuan)

Ability atau kemampuan adalah suatu kesanggupan atau bisa disebut juga potensi yang dimiliki individu untuk melakukan beragam tugas dan pekerjaan. Jika dihubungkan dengan pelayanan prima, kemampuan diartikan sebagai kemampuan minimal yang harus dimiliki tiap individu yang berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan dalam melayani pelanggan seperti; memiliki pengetahuan yang sesuai dengan bidang tugasnya, memiliki keterampilan sesuai dengan bidang tugasnya, memiliki daya kreativitas yang tinggi, memahami cara berkomunikasi yang baik, mampu beradaptasi dan memahami cara memposisikan diri dengan berbagai kondisi, dan mampu mengendalikan emosi.

2) *Attitude* (Sikap)

Attitude atau sikap adalah respon yang diberikan seseorang untuk menanggapi, menilai dan bertindak terhadap objek sosial yang dihadapinya. Dalam pelayanan prima *attitude* adalah sikap yang harus ditunjukkan saat menghadapi pelanggan meliputi penampilan yang sopan, serasi, berfikir positif, sehat dan logis serta memiliki sikap menghargai.

3) *Attention* (Perhatian)

Attention atau perhatian adalah suatu perhatian penuh yang harus diberikan kepada pelanggan yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan pelanggan, mengamati, dan menghargai perilaku pelanggan serta mencurahkan perhatian penuh pada pelanggan.

4) *Action* (Tindakan)

Action atau tindakan adalah suatu tindakan nyata yang harus dilakukan pada saat memberikan pelayanan kepada pelanggan, meliputi mencatat apa yang dibutuhkan pelanggan, mencatat pesanan pelanggan, mewujudkan kebutuhan pelanggan, dan memberikan terima kasih kepada pelanggan.

5) *Appearance* (Penampilan)

Appearance atau penampilan adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat menunjukkan kepercayaan diri serta integritas dari pihak lain.

6) *Accountability* (Tanggung jawab)

Accountability atau Tanggung jawab adalah suatu sikap yang diberikan kepada pelanggan sebagai salah satu bentuk kepedulian yang bertujuan untuk menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

2.4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan persepsi yang diharapkan dengan kinerja dari suatu produk (Tjiptono, 2016). Menurut Bearden & Teel (1983) menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena kepuasan pelanggan secara umum diasumsikan menjadi penentu dari pengulangan pembelian, *positif word of maunt*, dan loyalitas konsumen.”

Terdapat 8 indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

1) *Faster* (Kecepatan)

Faster atau kecepatan pelayanan adalah suatu target waktu dalam pelayanan yang harus diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan.

2) *More Precisely* (Ketepatan)

More Precisely atau ketepatan pelayanan adalah kesesuaian antara harapan yang diinginkan dan kenyataan hasil yang diperoleh pada sasaran atau tujuan tertentu.

3) *More Comfortable* (Kenyamanan)

More Comfortable atau kenyamanan adalah suatu kondisi yang diberikan kepada pelanggan dimana pelanggan merasa dihargai, aman, senang, serta tidak ada beban pikiran atau suatu hal yang dapat mengganggu pelanggan.

4) *Safer* (Keamanan)

Safer atau keamanan suatu kondisi dimana pelanggan atau konsumen merasa aman baik dari segi pelayanan, keamanan produk, tempat, dan lainnya.

5) *More Quality* (Kualitas)

More Quality atau kualitas kesesuaian spesifikasi suatu produk dengan kebutuhan pelanggan atau konsumen, serta tingkat baik buruknya barang atau jasa diminta pelanggan atau konsumen.

6) *More Quantity* (Kuantitas)

More Quantity atau kuantitas adalah jumlah atau banyaknya suatu barang atau jasa yang ditawarkan dalam kurun waktu tertentu.

7) *Cheaper* (Lebih murah)

Cheaper adalah suatu harga barang atau jasa yang cukup terjangkau atau relatif murah serta terdapat banyak promo dalam penjualannya.

8) *More Satisfied* (Kepuasan)

More Satisfied atau kepuasan adalah perasaan senang yang didapatkan ketika terjadi pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan atau konsumen akan suatu produk atau jasa.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Tasikmalaya dengan objek penelitian yaitu Mahasiswa Universitas Siliwangi. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh Mahasiswa Universitas Siliwangi yang menggunakan aplikasi Shopee sebagai media belanja *online*. Untuk sampel penelitian diambil menggunakan teknik *simple random sampling*. Dalam penelitian ini diambil jumlah responden sebanyak 50 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). Teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu menggunakan *survey* berupa kuisioner yang disebarakan kepada objek penelitian melalui *google form*. Penelitian ini berusaha untuk mendeskripsikan mengenai hasil analisis terkait

tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan prima (*Excellent Service*) pada *E-Commerce* Shopee.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat kepuasan terhadap pelayanan prima dapat dilihat dari pengukuran 8 indikator kepuasan pelanggan, yaitu “*Faster* (Kecepatan), *More Precisely* (Ketepatan), *More Comfortable* (Kenyamanan), *Safer* (Keamanan), *More Quality* (Kualitas), *More Quantity* (Kuantitas), *Cheaper* (Lebih murah) dan *More Satisfied* (Kepuasan)”. Adapun hasil dari analisis mengenai tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan prima (*Excellent Service*) pada *E-Commerce* Shopee, adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Indikator *Faster* (Kecepatan)

Keterangan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)
Proses bertransaksi di Shopee mudah dan cepat	100%	-
Penjual merespon dengan cepat	60%	40%
Pengemasan dan pengiriman barang cepat	78%	22%

Sumber: data diolah 2022

Tabel 1 pada indikator *faster* (kecepatan) poin pertama menunjukkan semua responden setuju bahwa proses bertransaksi di Shopee mudah dan cepat. Hal ini dilihat dari jumlah persentase setuju sebanyak 100%. Kemudian pada poin ke dua menunjukkan 60% responden setuju dengan pernyataan penjual merespon dengan cepat dan pada poin ke tiga menunjukkan 78% responden setuju dengan pernyataan pengemasan dan pengiriman barang cepat. Maka dapat disimpulkan bahwa kecepatan pelayanan Shopee terhadap pelanggan cepat, hal ini ditunjukkan dengan rata-rata responden menyatakan setuju pada ketiga poin dalam indikator *faster* (kecepatan).

Tabel 2 *More Precisely* (Ketepatan)

Keterangan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)
Pelayanan Shopee tepat waktu	82%	18%
Barang yang diterima sesuai dengan pesanan	90%	10%

Sumber: data diolah 2022

Tabel 2 pada indikator *more precisely* (ketepatan) poin pertama menunjukkan 82% responden setuju dengan pernyataan pelayanan Shopee tepat waktu, sedangkan pada poin kedua menyatakan bahwa 90% responden setuju bahwa barang yang diterima sesuai dengan pesanan. Dari seluruh data hasil responden maka dapat disimpulkan bahwa ketepatan pelayanan Shopee terhadap pelanggan sangat baik.

Tabel 3 *More Comfortable* (Kenyamanan)

Keterangan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)
Saya merasa nyaman ketika berbelanja di Shopee	100%	-

Sumber: data diolah 2022

Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh responden merasa nyaman saat berbelanja di Shopee. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah persentase setuju sebesar 100%.

Tabel 4 Safer (Keamanan)

Keterangan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)
Saya merasa aman terhadap <i>privacy</i> data yang saya daftarkan di Shopee	80%	20%
Saya merasa aman dengan proses pembayaran di Shopee	98%	2%
Saya merasa aman melakukan transaksi jual beli di Shopee	98%	2%

Sumber: data diolah 2022

Tabel 4 pada indikator *safer* (keamanan) poin pertama menunjukkan bahwa responden merasa aman terhadap *privacy* data yang didaftarkan di Shopee. Hal tersebut ditunjukkan dengan persentase setuju sebesar 80%. Kemudian pada poin kedua 98% responden merasa aman dengan proses pembayaran di Shopee begitu juga dengan poin ketiga sebanyak 98% responden merasa aman saat melakukan transaksi jual beli di Shopee. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat keamanan transaksi jual beli dan keamanan data di Shopee sangat baik, hal ini dapat dilihat hampir seluruh responden memilih setuju pada ketiga poin tersebut.

Tabel 5 More Quality (Kualitas)

Keterangan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)
Aplikasi Shopee sangat menarik	98%	2%
Kualitas barang yang dijual di Shopee sangat baik	66%	34%

Sumber: data diolah 2022

Tabel 5 pada indikator *more quality* (kualitas) pada poin pertama menunjukkan bahwa aplikasi Shopee sangat menarik. Hal ini dapat dilihat dari 98% responden memilih setuju dan pada poin kedua menunjukkan bahwa responden merasa kualitas barang yang dijual di Shopee cukup baik dengan jumlah responden yang memilih setuju sebanyak 66%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas Shopee dapat dikatakan baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahir Pradana pada tahun 2018, hasilnya menunjukkan bahwa tingkat kualitas Shopee sudah sesuai dengan harapan pengguna.

Tabel 6 More Quantity (Kuantitas)

Keterangan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)
Shopee menyediakan berbagai macam pilihan barang	100%	-
Di Shopee terdapat banyak penjual	100%	-

Sumber: data diolah 2022

Tabel 6 pada indikator *more quantity* (kuantitas) menunjukkan bahwa di Shopee terdapat banyak penjual yang menyediakan berbagai macam pilihan barang. Hal ini dapat dilihat dari jumlah persentase pada seluruh poin indikator *more quantity* (kuantitas) sebesar 100% atau seluruh responden memilih setuju.

Tabel 7 Cheaper (Lebih murah)

Keterangan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)
Harga barang di Shopee lebih murah dibandingkan harga barang di <i>E-Commerce</i> lain	78%	22%
Shopee menyediakan banyak promo dan gratis ongkir	92%	8%

Sumber: data diolah 2022

Tabel 7 indikator *cheaper* (lebih murah) pada poin pertama menunjukkan bahwa 78% responden memilih setuju pada pernyataan harga barang di Shopee lebih murah dibandingkan harga barang di *E-Commerce* lain dan pada poin kedua menunjukkan bahwa Shopee menyediakan banyak promo dan gratis ongkir. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah responden yang memilih setuju sebanyak 92%. Maka dari data diatas dapat disimpulkan bahwa harga barang di Shopee lebih murah ditambah dengan banyaknya promo dan gratis ongkir yang ditawarkan.

Tabel 8 More Satisfied (Kepuasan)

Keterangan	<i>Very Satisfied</i>	<i>Satisfied</i>	<i>Netral</i>
Tingkat kepuasan saya setelah belanja di Shopee	18%	68%	14%

Sumber: data diolah 2022

Tabel 8 pada tabel diatas dapat diketahui bahwa responden merasa puas (*Satisfied*) terhadap pelayanan yang diberikan oleh Shopee. Hal tersebut dapat dilihat dari sebanyak 68% responden memilih *Satisfied* pada indikator *more Satisfied* (kepuasan). Sedangkan 18% responden memilih *very Satisfied* dan 14% responden memilih *netral*.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, tingkat kepuasan dapat diukur menggunakan 8 indikator tingkat kepuasan pelanggan, yang terdiri dari *Faster* (Kecepatan), *More Precisely* (Ketepatan), *More Comfortable* (Kenyamanan), *Safer* (Keamanan), *More Quality* (Kualitas), *More Quantity* (Kuantitas), *Cheaper* (Lebih murah) dan *More Satisfied* (Kepuasan). Hasil penelitian mendeskripsikan bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Siliwangi yang menggunakan aplikasi Shopee memperoleh pelayanan terbaik dari Shopee. Hal ini terlihat dari semua responden setuju bahwa proses bertransaksi di Shopee mudah dan cepat, pelayanan dari Shopee tepat waktu, serta mahasiswa merasa aman terkait proses pembayaran maupun *privacy* data yang terdaftar di Shopee. Selain itu sebagian besar mahasiswa setuju bahwa di Shopee merupakan aplikasi belanja online yang menarik, di Shopee terdapat banyak penjual yang menyediakan berbagai macam barang sehingga mahasiswa merasa nyaman ketika berbelanja di Shopee.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diperoleh kesimpulan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa terhadap Pelayanan Prima (*Excellent Service*) pada *E-Commerce* Shopee yaitu *Satisfied* (Puas). Hal ini karena sebagian besar yaitu sebanyak 68% mahasiswa merasa puas (*Satisfied*) dengan pelayanan ketika berbelanja di Shopee. Sedangkan sebagian

lainnya yaitu sebanyak 14% merasa sangat puas (*very satisfied*) dan 9% mahasiswa merasa netral dengan pelayanan yang diberikan ketika berbelanja di Shopee.

DAFTAR PUSTAKA

- Agtovia, F., & Kamal, F. (2017). *Konsep dasar dan strategi pelayanan prima (service excellent) pada perusahaan telekomunikasi indosat ooredoo*.
- Anorogo, P., & Widiyanti, N. (1990). *Psikologi dalam perusahaan*. Rineka Cipta.
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Elex Media Komputindo.
- Bearden, W. O., & Teel, J. E. (1983). Selected determinants of consumer satisfaction and complaint reports. *Journal of Marketing Research*, 20(1), 21–28.
- Indrajit, R. E. (2000). *Manajemen sistem informasi dan teknologi informasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kartika, M. D., & Priyadi, Y. (2020). Pengembangan Sistem Penjualan Menggunakan UML dan Proses Bisnis E-Commerce Pada TB. Purnama Banjarnegara. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 7(3), 480–497.
- Silvia, G., & Anwar, K. U. S. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Tokopedia Pada Masyarakat Kota Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 240–251.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.44>
- Suadnya, I. W., Hadi, A. P., & Paramita, E. P. (2021). Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM Kerajinan Cukli Kota Mataram di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Community Development & Empowerment*, 2(3), 73–84.
- Subandi, S. (2011). Deskripsi Kualitatif Sebagai Satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan. *Harmonia Journal of Arts Research and Education*, 11(2), 62082.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suwithi, N. W. (1999). Pelayanan Prima (Customer Care). *Makalah Penataran Guru Akomodasi Perhotelan Pada Pusat Pengembangan Penataran Guru Kejuruan*.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4th edn). Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, E. A. (2014). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. *Equilibria*, 1(1).

