

**PENGARUH KUALITAS SISTEM APLIKASI, *USER EXPERIENCE*, DAN  
*E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
PENGGUNA TOKOPEDIA DI SOLO RAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Mengikuti Ujian Munaqasyah**



**Disusun Oleh:**

**AFIKA ZULUZMI  
NIM. 195211226**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA  
2023**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

**PENGARUH KUALITAS SISTEM APLIKASI, *USER EXPERIENCE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA DI TOKOPEDIA DI SOLO RAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Mengikuti Ujian Munaqasyah

**Oleh:**

**AFIKA ZULUZMI**  
**NIM. 195211226**

Surakarta, April 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pengampu



**M. Rofiq Junaidi, M.Hum**  
**NIP: 19760314 201701 1 114**

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : AFIKA ZULUZMI  
NIM : 195211226  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yan berjudul **“PENGARUH KUALITAS SISTEM APLIKASI, *USER EXPERIENCE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA TOKOPEDIA DI SOLO RAYA”**.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti atau dilakukan sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb*

Surakarta, 6 April 2023



Afika Zuluzmi

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : Afika Zuluzmi  
NIM : 195211226  
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah  
FAKULTAS : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul " PENGARUH KUALITAS SISTEM APLIKASI, *USER EXPERIENCE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA TOKOPEDIA DI SOLO RAYA".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data. Apabila kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya siap menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku,

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 6 April 2023



Afika Zuluzmi

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

**NOTA DINAS**

Hal : Skripsi  
Sdr : Afika Zuluzmi

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Bersama surat ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Afika Zuluzmi dengan NIM 195211226 yang berjudul :


**PENGARUH KUALITAS SISTEM APLIKASI, *USER EXPERIENCE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA TOKOPEDIA DI SOLO RAYA**

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah.

Oleh karena itu, kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat. Demikian , atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 6 April 2023  
Dosen Pembimbing Skripsi

  
**M. Rofiq Junaidi, M.Hum**  
**NIP: 19760314 201701 1 114**

**PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS SISTEM APLIKASI, *USER EXPERIENCE*, DAN  
*E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA PENGGUNA TOKOPEDIA DI SOLO RAYA**

Oleh :

**AFIKA ZULUZMI**  
**NIM. 19.52.11.226**

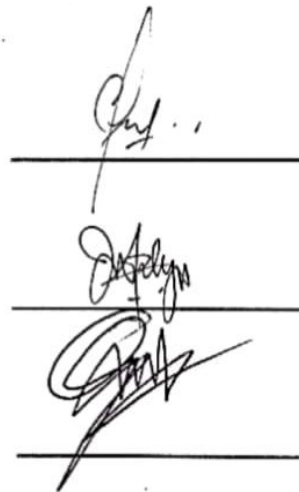
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
pada hari Rabu tanggal 03 Mei 2023 M/ 12 Syawal 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Kisti Nur Aliyah, S.Si., M.E.  
NIP. 19910121 202012 2 014

Penguji II  
Wahyu Dian Silviani, S.Si., M.Env.  
NIP. 19891220 202012 2 014


Penguji III  
Septi Kurnia Pratiwi, S.E., M.M., C.DMP  
NIP. 19830924 201403 2 002



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si. ✪  
NIP. 19720304 200112 1 004

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(Al-Baqarah : 286)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Maka apabila telah selesai dengan urusan tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain dan hanya kepada Tuhanmu lah kau berharap”.

(Al-Insyirah)

“Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita “.

(At-Taubah : 40)

“Akan ada masa hidup setiap orang merasakan suatu persoalan yang seakan beban berat dipikul hingga merasa kesulitan dari ujung kepala sampai ujung kaki. Pada saat itu, yakinlah Allah sedang mengangkat derajatnya dan meningkatkan kualitas hidupnya untuk mencapai sesuatu yang istimewa yang belum pernah diraih”.

(Ust Adi Hidayat)

“Hidup menjadi berat terutama kamu membawa semua sekaligus. Bagian dari tumbuh dewasa itu bergerak ke dalam kehidupan baru. Kita tentukan apa yang harus di simpan dan di lepas. Kamu tidak dapat membawa semuanya. Simpan kenangan indah dan tinggalkan sesuatu yang buruk. Jangan membebani hidup dengan masa lalu”.

(Taylor swift-NYU)

“Kadang menyerah itu hal yang kuat, kadang berlari itu hal yang berani, kadang berjalan itu satu hal yang akan memberimu hal yang baik”.

(Taylor swift)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala puji bagi Allah SWT atas segala anugrah-Nya yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan sebagaimana mestinya. Dengan segala syukur dan rasa kasih sayang dengab karya ini dipersembahkan untuk :

Kedua orang tuaku , Bapak Paino dan Ibu Yatmi yang mencurahkan kasih sayang, dukungan dan doa dalam penyelesaian pekerjaan ini sehingga mampu berjalan dan mendapatkan ilmu yang bermanfaat kedepannya. Setiap doa dan dukungan kalian akan ku balas di setiap langkahku di masa depan , aamiin.

Untuk kakak ku dan adikku, terima kasih telah menjadi saudara yang mendukung dan peduli atas segala sesuatu yang berkaitan dengan penulis.

Untuk sahabat baikku yang tekah memberikan dukungan warna di perkuliahan ini, semoga kalian bahagia dan sukses selalu.

Saya ucapkan

Terimakasih...



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Pengaruh Kualitas Sistem, *User Experience*, Dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Tokopedia ". Sholawat serta salam dijunjung kepada nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa jaman kepada terang benderang sehingga segala pencarian ilmu menjadi lebih maju. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (SI) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Penulis menyadari telah mendapatkan dukungan, arahan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah terlibat pikiran, waktu, dan tenaga. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S. Ag., M.Pd selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. H. Khairul Imam, SHI, MSI selaku ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
4. Zakky Fahma Auliya, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
5. Asep Maulana Rohimat. MSI selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
6. M. Rofiq Junaidi, M.Hum selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak waktu, pikiran, arahan dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

8. Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah membantu dalam kelancaran administrasi
9. Tim Penguji Skripsi yang telah menguji dan memberikan masukan bagi kepenulisan.
10. Seluruh masyarakat Solo Raya yang membantu penelitian ini sebagai responden.
11. Bapak, Ibu, Kakak, dan Adik di rumah yang turut memberikan doa dan dukungan selama perkuliahan sampai pada proses skripsi ini selesai.
12. Sahabat tercinta Meliana, Debbie Marendicha, Noy Nora, dan Sari yang senantiasa menjadi penyemangat, teman diskusi, inspirasi dan teman seperjuangan jarak jauh.
13. Yolanda Rindiani, Uutiya Rizqi, Nisa Indriani, Widyawati, dan Elma sebagai sahabat baik yang memotivasi, sahabat diskusi, dan memberikan banyak dukungan serta ilmu di perkuliahan
14. Teman-teman MBS E dan F yang memberikan semangat dan ilmu sekaligus teman diskusi selama perkuliahan di Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
15. Almameter tercinta, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Kepada semuanya, penulis mengucapkan terima kasih. Puji Syukur kepada Allah, semoga Allah membalas semua kebaikan kalian. Aamiin

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 8 April 2023

Afika Zuluzmi  
195211226

## **ABSTRACT**

*This research was conducted to examine the effect of application system quality, user experience, and e-service quality on customer satisfaction among Tokopedia users. This type of research is quantitative by using an analytical tool, namely multiple linear regression. Methods of data collection using a questionnaire. The population of this research is all Tokopedia users in Solo Raya with a sample of 100 respondents. The sampling method in this study was purposive sampling with a non-probability sampling technique.*

*Respondents who participated in this study were Tokopedia Generation Z customers in Solo Raya. This study uses 4 variables, namely 3 independent variables, namely application system quality, user experience, and e-service quality, and 1 dependent variable, namely satisfaction.*

*The questionnaire in this study contained 30 statement items containing a Likert scale with a 4-point scale which were then filled out via a Google form which was disseminated online. The results of this study state 1) system quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, 2) user experience has a positive and significant effect on customer satisfaction, 3) e-service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, 4) application system quality, user experience, and e-service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction.*

**Keyword :** *System Quality, User Experience, E-Service Quality, Satisfaction*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas sistem aplikasi, *user experience*, dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Tokopedia. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif dengan menggunakan alat analisis yaitu regresi linear berganda. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dari penelitian ini yaitu semua pelanggan pada pengguna Tokopedia di Soloraya dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan Teknik *non-probability sampling*.

Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan Generasi Z Tokopedia di Soloraya. Penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu 3 variabel Independen yaitu Kualitas Sistem Aplikasi, *User Experience*, dan *E-service Quality* dan 1 variabel dependen yaitu Kepuasan.

Kuesioner dalam penelitian ini berisi 30 item pernyataan yang berisikan skala likert dengan skala 4 poin yang kemudian diisi melalui *google form* yang disebarluaskan melalui online. Hasil Penelitian ini menyatakan 1) kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 2) *user experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 3) *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 4) kualitas sistem aplikasi, *user experience*, dan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Sistem , User Experience, E-Service Quality, Kepuasan Pelanggan

## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	ii
HALAMAN NOTA DINAS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah .....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Jadwal Penelitian .....	13
1.8 Sistematika Penelitian .....	14

BAB II LANDASAN TEORI .....	16
2.1 Kajian Teori.....	16
2.1.1 Kualitas Sistem Aplikasi .....	16
2.1.2 <i>User Experience</i> .....	18
2.1.3 <i>Electronic Service Quality</i> .....	20
2.1.4 Kepuasan Pelanggan .....	22
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	25
2.3 Kerangka Berpikir .....	29
2.4 Hipotesis .....	29
2.4.1 Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.4.2 Pengaruh <i>User Experience</i> terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan .....	30
2.4.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	30
2.4.4 Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi, <i>User Experience</i> , dan <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian .....	33
3.2 Jenis Penelitian .....	33
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.4 Data dan Sumber Data.....	35
3.5 Teknik Pengambilan Data .....	36
3.6 Variabel Penelitian .....	37
3.7 Definisi Operasional Variabel .....	38
3.8 Teknik Analisis Data .....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	45

4.1	Gambaran Umum Penelitian .....	45
4.2	Karakteristik Responden .....	46
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.2.3	Responden Berdasarkan Alamat .....	47
4.2.4	Responden Berdasarkan Banyaknya Pemakaian Aplikasi.....	48
4.2.5	Deskripsi Pilihan Jawaban Responden.....	48
4.3	Pengujian dan Hasil Analisis Data .....	67
4.3.1	Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	67
4.3.2	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	70
4.3.3	Hasil Uji Ketepatan Model.....	73
4.3.4	Uji Hipotesis .....	75
4.3.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
BAB V PENUTUP.....		83
1.1	Kesimpulan.....	83
1.2	Keterbatasan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3	Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....		86
LAMPIRAN.....		92

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	25
Tabel 3.1 Skala Likert.....	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Alamat.....	47
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Pemakaian Aplikasi .....	48
Tabel 4.5 Penilaian Variabel Kualitas Sistem.....	49
Tabel 4.6 Statistik Variabel Kualitas Sistem.....	50
Tabel 4.7 Penilaian Variabel <i>User Experience</i> .....	53
Tabel 4.8 Statistik Variabel <i>User Experience</i> .....	54
Tabel 4.9 Penilaian Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	56
Tabel 4.10 Statistik Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	58
Tabel 4.11 Penilaian Variabel Kepuasan Pelanggan.....	64
Tabel 4.12 Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan.....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	73
Tabel 4.18 Uji Ketepatan Model Uji F.....	74
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	75
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	75
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	77



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan <i>e-commerce</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan <i>e-commerce</i> di Indonesia bulan Agustus.....	3
Gambar 1.3 Peringkat terpopuler di Indonesia.....	6
Gambar 1.4 Kutipan Keluhan Pengguna Tokopedia .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	29

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian.....	94
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 3 Data Responden Penelitian.....	103
Lampiran 4 Grafik Jawaban Responden melalui <i>Google Form</i> (132 data).....	107
Lampiran 5 Rekap Data Hasil Kuesioner .....	115
Lampiran 6 Hasil Output SPSS.....	126
Lampiran 7 Hasil Uji Instrumen.....	136
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	143
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup .....	146
Lampiran 10 Bukti Lulus Plagiasi.....	147

## **BAB I PENDAHULUAN**

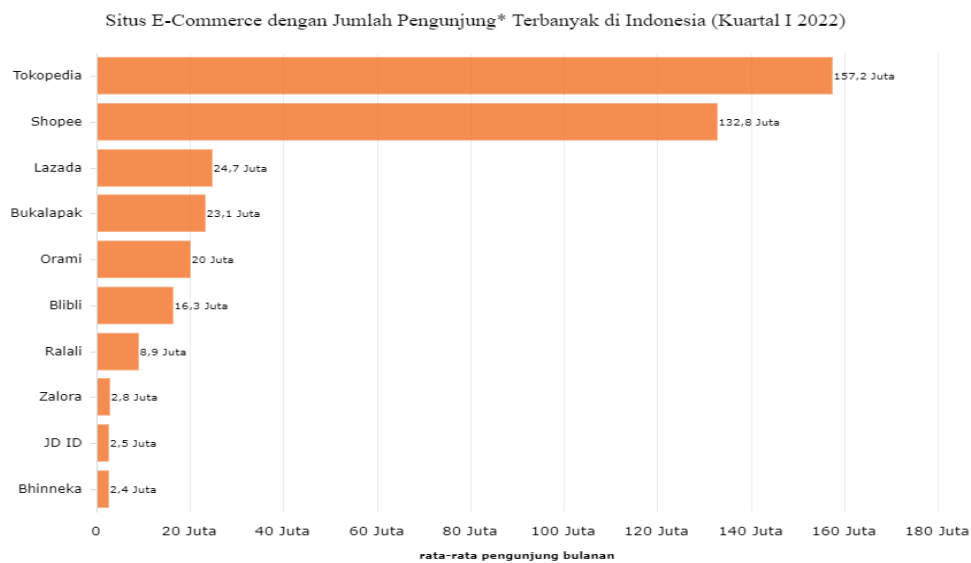
### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan bisnis *e-commerce* meningkat pesat di Indonesia (APJI, 2022). *E-commerce* adalah layanan yang berkaitan dengan bisnis elektronik dengan kegiatan jual beli barang atau jasa menggunakan internet (Ayu dan Lahmi, 2020). *E-commerce* terus mengalami peningkatan sejak awal kemunculannya pada 1995. Perkembangan *e-commerce* dari tahun tersebut merupakan yang stabil sehingga pelaku bisnis terus meningkat seiring perkembangan zaman. Hal tersebut semakin berkembang dengan berbagai industri serta perdagangan elektronik. Menurut Bhatti, (2020), peningkatan di negara berkembang juga dirasakan di negara lain seperti Malaysia, Singapura, Thailand, dan Pakistan (Ayu dan Lahmi, 2020).

Pertumbuhan *e-commerce* secara global mencapai 108,54 triliun atau 23% dibanding tahun lalu. Secara rinci di Indonesia mengalami pertumbuhan dari 35 miliar dollar AS sampai pada prediksi peningkatan hingga 104 miliar dollar AS di tahun 2025 nanti (Hidayat, 2022). Selain itu, untuk pengguna internet Indonesia sebesar 21,26% yang mengakses *shopping online* (APJI, 2022). Berbagai alasan masyarakat yang menggunakan *e-commerce* seperti terdapat gratis ongkir, harga lebih terjangkau, diskon yang banyak, mudahnya proses transaksi, cara transaksi yang beragam, kemudahan penggunaan aplikasi, produk beraneka ragam, kemudahan dalam mencari produk, dan lain sebagainya (Rizaty, 2021).

Persaingan *e-commerce* di Indonesia menjadi sangat berkembang di tahun 2022. *E-commerce* dengan kunjungan terbesar di Indonesia yaitu Tokopedia,

Shopee, Lazada, Bukalapak, Orami, Bibli, Ralali, Zalora, JD.ID, dan Bhinneka (Dhini, 2022a). Pada tahun 2021, Shopee menempati posisi pertama sebagai *e-commerce* yang memiliki pengguna terbanyak. Pengunjung harian yang aktif pada tahun tersebut mencapai 28,35 juta dan Tokopedia sebesar 8,43 juta (Hartati, 2021).

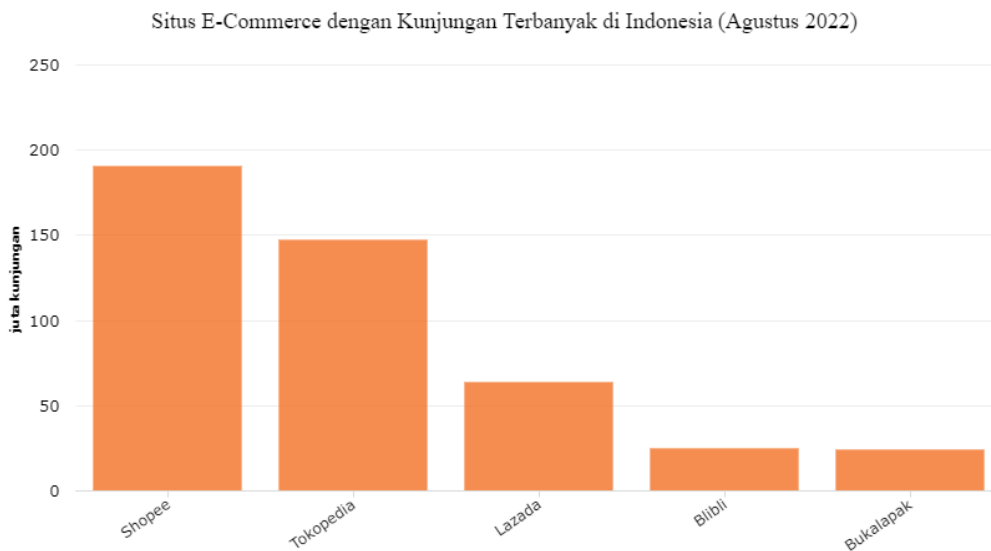


Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan *E-Commerce* di Indonesia

Sumber : Katadata co.id, 2022

Jika melihat secara keseluruhan di berbagai negara Asia seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Filipina, dan Vietnam maka Shopee masih berada di posisi pertama. Namun, Tokopedia menempati posisi pertama sebagai *e-commerce* yang terkenal di Indonesia sendiri (CNBC, 2022). Pada kuartal I , Tokopedia berhasil menempati posisi 1 sebagai *e-commerce* dengan jumlah kunjungan yang paling banyak di Indonesia sebesar 157,2 juta. Kemudian di posisi ke dua terdapat Shopee dengan 132, 8 juta dan posisi ketiga terdapat Lazada dengan 24,7 juta. Dapat diketahui bahwa kunjungan terhadap Tokopedia ini meningkat

sebesar 5,1% dari kuartal IV tahun sebelumnya yaitu 2021 (Dhini, 2022). Tokopedia juga menempati posisi teratas dengan *engagement* sosial media terbesar yaitu pada pengguna *twitter* dan *facebook* (Dhini, 2022).



Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan E-Commerce di Indonesia bulan Agustus 2022

Sumber : Katadata.co.id, 2022

Namun, pada Agustus 2022, Tokopedia turun peringkat sebagai e-commerce dengan kunjungan terbanyak dikalahkan oleh Shopee. Tokopedia memiliki kunjungan *e-commerce* sebesar 147,7 juta di peringkat kedua (Annur, 2022). Penurunan kunjungan dikarenakan program yang diberikan Tokopedia masih kurang dibanding *e-commerce* lain. Program yang diutamakan Tokopedia yaitu Tokopedia-Flash Sale Ekstra diskon kilat yang mencakup pelanggan sebesar 38 % (Syahputra, 2022).

Tokopedia merupakan perusahaan perdagangan elektronik atau disebut dengan *e-commerce* dengan misi pemerataan ekonomi secara digital. Tokopedia memulai

bisnisnya pada 2009 dan memiliki sistem bisnis B2C sehingga konsumen dapat mencari berbagai produk lokal maupun internasional. Sampai saat ini, Tokopedia sudah mencapai 99% kota terjangkau, lebih dari 40 produk digital, memiliki 865 juta produk yang terdaftar, dan memiliki kurang lebih 12 juta penjual yang terdaftar. Layanan dari Tokopedia ini menyediakan berbagai pilihan produk seperti *Marketplace, Official Stores, Interactive Commerce, Instant Commerce, dan Rural Commerce*. Tokopedia memiliki Kerjasama dengan 13 *partner logistic* dimana layanan pengiriman di hari yang sama melalui sistem yang terintegrasi. Tokopedia memiliki gudang pintar yang tersebar di seluruh Indonesia. Tokopedia juga membantu para penjual dalam promosikan produk sehingga menarik konsumen melalui layanan *Pay for Performance* yaitu *Advertising, Display Advertising, dan Customised Marketing Packages* (Tokopedia, n.d.).

Tokopedia mengupayakan berbagai kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa puas dalam menggunakan Tokopedia. Tokopedia sebagai suatu aplikasi digital ini berperan sebagai penghubung penjual dan konsumen yang dihubungkan secara 100% digital. Tokopedia menjadi *e-commerce* Indonesia yang berhasil berada dalam daftar perusahaan digital terbaik di dunia dalam kategori *Best Workplaces For Innovators* (Ramli, 2022). Hal ini menjadikan dimana semua karyawan tokpedia berinovasi mengembangkan suatu perusahaan digital berbasis teknologi ini dengan mengacu pada kepuasan pelanggan yang sesuai dengan prinsip mereka yaitu *Focus On Customer, Growth Mindset, dan Make It Happen Make It Better* (Ramli, 2022).

Berpacu pada konsumen tersebut, maka Tokopedia harus memasang strategi dimana membuat suatu sistem yang digunakan pelanggan untuk merasa puas dalam berbelanja (Noor, 2022). Kualitas aplikasi akan mampu membuat pengguna dimudahkan dalam penggunaan suatu aplikasi (Lestari et al., 2020). Menurut Pressman (2002), kualitas aplikasi adalah suatu sistem yang dirancang guna memudahkan pengguna dengan adanya desain menarik di dalamnya sehingga tidak terjadi kecerobohan di dalamnya (Lestari et al., 2020). Menurut Widodo (2016), suatu aplikasi dikatakan baik bila adanya suatu kelengkapan informasi, relevan dengan kebutuhan pengguna, mudah digunakan, dan didalamnya berisi informasi yang *up to date*. Jika semua hal tersebut terpenuhi maka kepuasan pelanggan akan meningkat melalui kualitas aplikasi yang digunakan (Lestari et al., 2020).

Menurut penelitian Patalo et al. (2021) menyatakan bahwa kualitas sistem informasi memiliki pengaruh secara positif serta signifikan terhadap kepuasan pengguna. Menurut penelitian Lestari et al. (2020) menunjukkan bahwa kualitas aplikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dimana semakin tinggi kualitas suatu aplikasi maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Penelitian lain oleh Granita (2019) menunjukkan bahwa kualitas sistem aplikasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Wijaksana (2020) menyatakan bahwa kualitas sistem memiliki pengaruh secara positif dan signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan penelitian Tulodo & Solichin (2019) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna.

Kualitas sistem dari Tokopedia ini mudah dimengerti jika berkaitan dengan tampilan sistem. Tokopedia menyamakan semua *device* atau disebut *multi device user* dimana pengguna dapat menggunakan di komputer, IOS dan *Android*. Tokopedia menyamakan semua tampilan di semua *device* dengan desain yang sama dengan hanya memiliki perbedaan ukuran. Tampilan Tokopedia yang *user friendly* sehingga pembeli akan lebih mudah dalam penggunaannya. Selain itu, Tokopedia juga tidak memakan *space* yang terlalu banyak dengan hanya sebesar 300 mb. Hal tersebut dinilai lebih ringan dibandingkan *e-commerce* Shopee yang lebih berat. Keringanan aplikasi tersebut akan membuat suatu aplikasi berjalan lancar sehingga tidak mengalami error saat digunakan. Dari kelancaran inilah akan menarik pengguna untuk menggunakan aplikasi Tokopedia (Linarta & Wibowo, 2021).

App	Publisher	Usage Rank	Change	Store Rank	
1	Shopee Big Ramadan	Shopee	1	=	1
2	Lazada - Online Shopping App!	Lazada Mobile	2	=	2
3	Akulaku — Shop On Installment	PT. Akulaku Silvr Indonesia	4	=	3
4	TikTok Shop Seller Center	TikTok Pte. Ltd.	15	=	4
5	Tokopedia	Tokopedia	3	=	5
6	Alfagift: Alfamart Online Shop	Alfagift	5	=	6
7	Indomaret Poinku	PT. Indomarco Prismaatama	8	=	7
8	Blibli Belanja Online Mall	blibli.com	11	=	8
9	Alibaba.com - B2B marketplace	Alibaba Mobile	18	=	9
10	Lili Style - All Fashion Shops	Lili	39	=	10

Gambar 1.3 Peringkat Aplikasi Terpopuler di Indonesia

Sumber : *Similarweb*, 2023

Jika melihat dari popularitas aplikasi, Tokopedia terbilang masih kalah dengan Shopee. Tokopedia menempati posisi pertama dengan kunjungan website terbanyak mengalahkan *e-commerce* lain yaitu sebesar 158.346.667 pengunjung bulanan (Ikhsan, 2022). Namun Tokopedia tidak menempati posisi pertama di



peringkat secara aplikasi. Tokopedia menempati posisi keempat pada *google playstore* sebagai aplikasi populer dan paling banyak digunakan. Dalam *App Store* menempati posisi kedua aplikasi *e-commerce* (Hartati, 2021). Bahkan menurut data terbaru, Tokopedia menempati posisi kelima dalam peringkat aplikasi belanja terpopuler di Indonesia. Tokopedia dikalahkan oleh Lazada, Shopee, Akulaku, dan Tiktok Seller (Similarweb, 2023).

Selain itu, terdapat beberapa pengguna yang mengeluh atas aplikasi Tokopedia ini. Hal tersebut dinilai memiliki layanan yang buruk dan aplikasi yang sering eror. Keluhan tersebut dapat dilihat dari suatu ulasan aplikasi Tokopedia pada *Google Store* atau *App Store*.



Gambar 1.4 Kutipan Keluhan Pengguna Tokopedia

Sumber : *Google Play Store* (2022)

Menurut *International Organization for Standardization* (Part 210), *User Experience* (Pengalaman Pengguna) adalah suatu tanggapan dari seseorang sebagai hasil dari penggunaan suatu sistem, produk, atau layanan (Badran & Al-Haddad, 2018). Pengguna dari aplikasi Tokopedia ini dapat saja merasa puas atau kecewa. Keluhan terhadap Tokopedia berarti adanya ketidakpuasan terhadap suatu sistem dimana pengguna memiliki pengalaman tersendiri saat menggunakannya (Mahendra & Indriyani, 2018).

Penelitian oleh Syaputra (2021) menyatakan bahwa *user experience* memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna. Penelitian oleh Wibowo dan Prapanca (2022) menyatakan bahwa *user experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian lain oleh Yulianti dan Rachmawati (2017) menyatakan bahwa *user experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan dalam penelitian Fazri et al. (2022) menyatakan bahwa *user experience* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna pada indikator *perceived hedonic* namun tidak memiliki pengaruh signifikan pada indikator *perceived utilitarian*.

Kepuasan konsumen merupakan pencapaian utama dari setiap perusahaan. Dalam mencapai kepuasan tersebut maka suatu perusahaan dapat meningkatkan kualitas suatu layanan agar tetap mempertahankan konsumennya. Dikarenakan Tokopedia merupakan perusahaan *e-commerce* sehingga pelayanan yang diberikan disebut dengan *electronic service quality*. *E-service quality* adalah sejauh mana layanan secara digital dalam memfasilitasi pengguna dalam berbelanja, pembelian, serta pengiriman produk. Dalam *e-service quality* ini memiliki beberapa metode

seperti internet, *e-mail*, *mobile* telepon, *smart card*, komputer pribadi, kartu kredit, ATM, dan pos (Permana & Djatmiko, 2018).

Jika dilihat pada gambar 1.4 bahwa beberapa pengguna mengeluh mengenai layanan dari Tokopedia. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dimana terlihat Ketika mereka memberikan rating satu di ulasan tersebut. Namun, Tokopedia selalu berusaha memuaskan para pelanggan sesuai dengan prinsip mereka yaitu *focus on Customer*.

Tokopedia menyediakan suatu bentuk layanan digital yang dinamakan Tokopedia *Care*. Fokus pada Tokopedia *Care* ini yaitu pelayanan yang terbaik untuk seluruh pengguna. Dalam mempermudah layanannya, Tokopedia akan memanfaatkan teknologi *Artificial Intelligence* dalam *chatbot* yang akan menjawab semua pertanyaan pengguna. Selain itu, terdapat berbagai layanan seperti media sosial, *live chat*, serta pusat resolusi dimana segala permasalahan dapat ditangani secara tepat. Dalam pelayanan ini, Tokopedia *Care* akan siap sedia 24 jam untuk melayani semua pengguna Tokopedia. Tokopedia *Care* ini akan selalu mengedepankan suatu kepuasan pelanggan dimana fokus mereka pada *problem solving* atau solusi terbaik untuk para pelanggannya (Siregar, 2022).

Menurut penelitian Wibowo et al. (2019) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Chesanti & Setyorini (2018) menyatakan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian oleh David (2018) menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh secara

positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. sedangkan penelitian oleh Farid (2019) menyatakan bahwa *e-service quality* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. *E-service quality* pada penelitian tersebut bisa menjadi berpengaruh terhadap kepuasan dengan adanya variabel mediasi yaitu *e-trust*.

Paparan perbedaan mengenai hasil penelitian terdahulu maka penting dalam melakukan penelitian ulang terhadap topik tersebut. Untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas sistem aplikasi, *user experience*, dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pengguna Tokopedia. Peneliti memilih pengguna Tokopedia di Soloraya sebagai subjek penelitian.

Peningkatan pengguna Tokopedia meningkat pesat di Jawa Tengah dan Solo. Tercatat peningkatan tersebut mencapai dua kali lipat dengan berbagai kategori seperti kesehatan, *handphone* dan *tablet*, makanan dan minuman, elektronik, otomotif, dan lain sebagainya (Suprobo, 2022). Peneliti akan memfokuskan meneliti di wilayah Soloraya yang juga merupakan bagian dari Jawa Tengah.

Berdasarkan pemaparan di atas maka peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti Tokopedia dengan topik “Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi, *User Experience*, dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Tokopedia di Solo Raya.”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Tokopedia menempati posisi kedua dengan *e-commerce* kunjungan terbanyak pada kuartal III tahun 2022.
2. Tokopedia menempati posisi ketiga pada *gogle playstore* dan posisi kedua pada *App Store* dengan peringkat aplikasi *e-commerce* terpopuler di Indonesia.
3. Terdapat banyak keluhan pengguna Tokopedia berkaitan dengan sistem dan pelayanan Tokopedia.

### **1.3 Batasan Masalah**

Pembatasan penelitian ini sebagai rancangan agar topik dan isi penelitian tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang telah dipaparkan sehingga sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan. Maka batasan masalah dalam penelitian ini yaitu kualitas sistem aplikasi, *user experience*, dan *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pada Pelanggan Tokopedia yang terletak di Soloraya.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas sistem aplikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada Pelanggan Tokopedia ?
2. Apakah *user experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada Pelanggan Tokopedia ?

3. Apakah *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada Pelanggan Tokopedia ?
4. Apakah kualitas sistem aplikasi, *user experience*, dan *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada Pelanggan Tokopedia ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pada Pelanggan Tokopedia.
2. Untuk menganalisis pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pada Pelanggan Tokopedia.
3. Untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pada Pelanggan Tokopedia.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem aplikasi, *user experience*, dan *e-service quality* terhadap kepuasan pada Pelanggan Tokopedia.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang lebih luas sehingga penelitian ini mampu menjadi referensi dalam penelitian

selanjutnya. Selain itu, pengetahuan dan wawasan dari penelitian ini berkaitan dengan kualitas sistem aplikasi, *user experience*, dan *e-service quality*.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Menjadikan penelitian ini sebagai teori penguat untuk penelitian sejenis selanjutnya. Selain itu, penelitian ini akan membuat peneliti menerapkan teori dan ilmu yang telah dipelajari selama kuliah

### b. Bagi Perusahaan

Penelitian akan memberikan informasi mengenai permasalahan yang ada sehingga menjadi bahan pertimbangan mengenai kepuasan pelanggan.

### c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan berkaitan dengan topik yang sama sehingga mampu memberikan pencerahan bagi peneliti lain. Selain itu, penelitian ini memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai kualitas sistem aplikasi, *user experience*, dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan.

## 1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

## **1.8 Sistematika Penelitian**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian pendahuluan yang menguraikan latar belakang tema yang dikaji, memberi gambaran penelitian, berisi pokok-pokok atas fenomena yang terjadi yang meliputi adanya kesenjangan hasil penelitian sehingga memunculkan permasalahan yang akan diteliti.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori atau acuan yang mendukung penelitian sampai hasil akhir penelitian. Teori ini sebagai landasan bagi peneliti agar penelitian yang dilakukan secara mendalam dan akurat. Tinjauan pustaka pada penelitian ini berisi kualitas sistem aplikasi, *user experience*, *e-service quality*, dan kepuasan pelanggan.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berkaitan dengan metode yang akan menjadi acuan dalam penelitian. Pada bab ini berisi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan secara relevan. Hasil penelitian ini pengaruh kualitas sistem aplikasi, *user experience*, dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan di Tokopedia.



## **BAB V KESIMPULAN**

Bab ini memuat penutup penelitian yaitu kesimpulan dan saran.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **2.1 Kajian Teori**

#### **2.1.1 Kualitas Sistem Aplikasi**

Menurut Jogiyanto (2007), kualitas sistem adalah kualitas teknis dari suatu sistem informasi yang merupakan gabungan dari *hardware* dan *software* (Rakhmadian et al., 2017). Menurut Davis (1989), kualitas sistem ini sebagai *perceived ease of use* dimana tingkat kemudahan dari suatu sistem komputer yang digunakan (Rakhmadian et al., 2017). Hal ini menekankan bahwa dalam pemakaian suatu sistem aplikasi, kemudahan dalam pemakaian suatu sistem akan memudahkan pengguna dalam arti tidak membutuhkan banyak usaha dalam mengoperasikannya (Rakhmadian et al., 2017). Menurut Listianingsih dan Utami (2009), ukuran suatu kepuasan pemakai suatu sistem dapat dilihat dari kualitas sistemnya. Jika suatu sistem semakin baik maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna (Rakhmadian et al., 2017).

Menurut Chen (2010), kualitas sistem adalah pengukuran dari sistem itu sendiri (Patalo et al., 2021). Kualitas sistem merupakan suatu sistem yang menghasilkan output yang diharapkan oleh pengguna sistem dari hasil kerja sistem secara baik dan maksimal (Amarin & Wijaksana, 2021). Menurut Delone & McLean (2003), kualitas sistem adalah kualitas yang diharapkan dari suatu sistem dan informasi yang sesuai dengan ciri suatu produk (Amarin & Wijaksana, 2021). Menurut Popola dan Chinomona (2014), kualitas sistem dijadikan sebagai landasan dalam sistem yang dipakai dalam mengatur suatu kualitas layanan barang atau jasa

dalam sebuah perusahaan (Tulodo & Solichin, 2019). Menurut Amalia & Pradoo (2016), kualitas sistem di perusahaan ini disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pemakai dalam menggunakan suatu sistem yang kemudian menjadi informasi yang baik, berguna, serta berkualitas bagi pemakai sistem (Tulodo & Solichin, 2019).

Menurut DeLone & McLean (2014) kualitas sistem memiliki beberapa dimensi sebagai berikut (Tulodo & Solichin, 2019):

1. Fleksibilitas

Sistem dapat mengalami perubahan-perubahan sesuai dengan pemenuhan kebutuhan terhadap sistem tersebut.

2. Kemudahan Penggunaan

Suatu sistem dikatakan baik bila mudah digunakan oleh pemakai sehingga mencapai kepuasan pelanggan.

3. Keandalan sistem

Keandalan sistem ini adanya ketahanan dari kesalahan dan kerusakan pada sistem. Ini akan mendorong perasaan emosi konsumen saat atau setelah menggunakan suatu sistem.

4. Keamanan

Jika pengguna melakukan kesalahan maka program-program di *setting* tidak menghapus riwayat.

### **2.1.2 User Experience**

*User Experience* merupakan istilah dari suatu interaksi antara manusia dengan komputer (Fazri et al., 2022). Menurut Derome (2015) secara umum, *user experience* atau pengalaman pelanggan adalah keseluruhan proses penggunaan serta tanggapan dari pengguna berdasarkan pengalaman yang mereka peroleh dari penggunaan suatu sistem (Wiwesa, 2021). Menurut *International Organization For Standardization (ISO)* (2009) menyatakan bahwa *User experience* atau *UX* merupakan tanggapan seseorang atas pengalamannya dalam menggunakan suatu produk, jasa, sistem, atau layanan (Wiwesa, 2021). *UX* adalah kondisi perasaan pengguna terkait interaksinya terhadap suatu sistem atau layanan yang berada di hadapan pengguna saat menggunakannya (Wiwesa, 2021).

Menurut Nielsen Norman Group, *UX* merupakan pemahaman atas interaksi yang dilakukan pengguna sampai akhir. Inti penting dalam *user experience* adalah memahami suatu interaksi sehingga memenuhi kebutuhan. Selain itu, *User experience* menuju sesuatu yang sederhana serta atribut menarik dari suatu sistem sehingga mampu menciptakan pengalaman pengguna secara positif dan mengarah pada kesenangan untuk dapat memiliki dan menggunakan (Fazri et al., 2022). Perluasan pengalaman pengguna ini tidak hanya mengenai fitur, fungsi, serta antarmuka pengguna namun diperluas lagi ke dalam aspek kognitif, sosio-kognitif, dan afektif seperti pengalaman estetika, kenikmatan pengguna, keinginan untuk menggunakan kembali, dan persepsi positif saat berinteraksi dengan suatu sistem (Fazri et al., 2022).

Pengalaman pengguna adalah pengalaman yang diperoleh pengguna atas penggunaan dari suatu produk di kehidupan nyata (Syaputra, 2021). Menurut Raharjo & Japariato (2017), *user experience* adalah pembelajaran yang diperoleh dari pengalaman dalam menggunakan suatu produk, jasa, atau sistem dan menjadi suatu gambaran terhadap objek tersebut (Humairoh & Aziz, 2022). *User experience* ini akan berdampak pada harapan pelanggan terhadap objek tersebut jika sesuai dengan harapan pengguna. Maka dari itu, *user experience* melihat proses dari penggunaan suatu sistem saat sebelum dan sesudah interaksi, tidak hanya sesuatu di akhir sebagai evaluasi (Humairoh & Aziz, 2022).

Menurut Deng et al (2010), *user experience* memiliki dua dimensi yang diuraikan sebagai berikut (Hidayatuloh & Aziati, 2020):

1. *Perceived Utilitarian*

Dimensi ini akan menekankan pengalaman pengguna terkait dengan manfaat dan kegunaan mengenai suatu sistem yang dirasakan oleh pengguna.

2. *Perceived Hedonic*

Dimensi ini menekankan pada pengalaman pengguna selain pada fungsional utama dari sistem tersebut yaitu terletak pada sesuatu yang menyenangkan dan *enjoyment*.

### 2.1.3 *Electronic Service Quality*

*E-Service Quality* merupakan kualitas layanan yang dilakukan di internet (Akhmadi & Martini, 2020). Menurut Zeithaml (2009), *electronic service quality* atau *e-service quality* adalah bagaimana suatu web dalam memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, serta pengiriman secara efektif dan efisien (Tobagus, 2018). Menurut Parasuramen (2005), *e-service quality* adalah pemberian nilai dari pelanggan mengenai situs selain pengalaman pengguna berinteraksi dengan sistem yaitu kualitas pelayanan yang diterima pengguna secara elektronik (Djarmiko, 2018).

Menurut Puriwat dan Triposakul (2017), kualitas layanan sebagai pendorong bagi kelanjutan suatu bisnis sehingga dapat menjadi keunggulan kompetitif di perusahaan (Akhmadi & Martini, 2020). Menurut Santos (2003), *e-service quality* ini sebagai bentuk pelanggan dalam menilai secara keseluruhan terkait kelebihan dan kualitas suatu produk, jasa, atau sistem yang diungkapkan melalui internet (Akhmadi & Martini, 2020). Tingkat kepuasan suatu pelanggan dapat diukur melalui *e-service quality* ini, dimana pelanggan dapat merasa puas atau tidak terhadap *e-service quality* perusahaan tersebut. Menurut David (2018) bahwa layanan yang berkualitas akan menjadi keunggulan kompetitif. Oleh sebab itu, *e-service quality* penting diperhatikan oleh perusahaan (Akhmadi & Martini, 2020).

Menurut Kotler (2007), kualitas pelayanan adalah suatu usaha dari perusahaan dalam perbaikan mutu yang dilakukan secara berulang mulai dari proses, produk, dan layanan yang diberikan. Kualitas layanan secara *online* (*e-*

*service quality*) ini dapat menjadi penentu sukses atau tidaknya seorang pedagang elektronik. Dalam situs *e-commerce* dimana memfasilitasi, melayani, serta melakukan pengiriman secara *online* sehingga pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien (Berliana & Zulestiana, 2020).

Menurut Zeithaml (2002), *e-service quality* memiliki empat dimensi yang digunakan dalam penilaian suatu web dan diuraikan sebagai berikut (Putri & Hanifa, 2019) :

1. *Efficiency*

Aspek ini berkaitan dengan kemudahan dan kecepatan akses dalam penggunaan situs.

2. *Fullfilment*

Informasi yang diberikan oleh situs berkaitan dengan ketersediaan pesanan dan ketersediaan item yang terpenuhi.

3. *Reliability*

Kebenaran atau kemudahan fungsi teknis dari suatu situs. Hal ini berkaitan dengan fungsi dari situs tersebut sebagaimana mestinya.

4. *Privacy*

Sebuah situs harus memastikan bahwa informasi transaksi pengguna aman dan dilindungi.

5. *Responsiveness*

Penanganan dari masalah yang dihadapi konsumen sehingga menimbulkan rasa nyaman bagi konsumen dalam proses pembelian di dalam situs.

#### 6. *Compentation*

Adanya pengembalian barang, hadiah, biaya-biaya seperti pengiriman, penanganan produk dan aplikasi, dan lain-lain.

#### 7. *Contact*

Pemenuhan kebutuhan pengguna agar bisa berbicara kepada staff untuk pelayanan yang dilakukan secara online menggunakan telepon.

### **2.1.4 Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2012), kepuasan konsumen adalah sesuatu yang dirasakan oleh konsumen dapat berupa perasaan senang ataupun kecewa mengenai kinerja suatu produk yang dipikirkan dengan kinerja produk yang dihasilkan atau dirasakan. Jika terdapat kesesuaian dengan apa yang di ekspektasikan maka pelanggan akan mengalami kepuasan. Sebaliknya, jika kinerja berada di bawah ekspektasi maka adanya ketidakpuasan pelanggan (Priansa, 2017).

Zeithaml dan Bitner (2008) menyatakan kepuasan konsumen sebagai perbedaan harapan dan persepsi atas kinerja yang dirasakan (Priansa, 2017). Menurut Juran (1992), kepuasan konsumen adalah kondisi suatu produk yang dirasakan mencapai harapan sehingga sesuai dengan kebutuhan serta bebas dari kekurangan (Priansa, 2017). Menurut Crow et al (2003), kepuasan konsumen



berarti pemuasan yang diperoleh dari suatu produk karena telah memenuhi kebutuhan, harapan, dan keinginan sehingga tidak adanya keluhan konsumen (Priansa, 2017).

Menurut Solomon (2011) kepuasan konsumen berarti perasaan konsumen secara keseluruhan mengenai produk yang telah dibeli (Priansa, 2017). Menurut Engel (2011), kepuasan konsumen adalah evaluasi dari purna beli dengan pilihan alternatif akan memberikan hasil yang sama atau bahkan melebihi ekspektasi. Sedangkan ketidakpuasan akan suatu produk dapat timbul jika hasil yang didapatkan tidak sesuai ekspektasi konsumen (Priansa, 2017).

Kepuasan konsumen ini memiliki lima elemen dan diuraikan sebagai berikut (Priansa, 2017):

1. Harapan (*Expectation*)

Ekspektasi konsumen mengenai suatu produk atau jasa sudah ada sebelum pembelian dilakukan. Setelah melakukan pembelian, konsumen berharap suatu produk atau jasa yang diperoleh sesuai dengan harapan serta kebutuhan mereka. Jika produk atau jasa sudah sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan mencapai rasa puas.

2. Kinerja (*Performance*)

Konsumen tidak mengharapkan apapun dari kinerja suatu produk atau jasa di kehidupan nyata. Ketika kinerja produk atau jasa di kenyataan baik maka konsumen akan mencapai kepuasan.

### 3. Perbandingan (*Comparison*)

Konsumen akan membandingkan kinerja dari produk atau jasa yang diekspektasikan dengan kinerja produk atau jasa di kenyataan yang kemudian akan menimbulkan persepsi konsumen terhadap kinerja produk atau jasa. Tingkat kepuasan konsumen ada jika produk atau jasa mencapai tingkat ekspektasi konsumen atau bahkan melebihinya.

### 4. Pengalaman (*Experience*)

Pengalaman konsumen mengenai suatu produk atau jasa yang diekspektasikan berkaitan penggunaan suatu merek sehingga berbeda dari orang lain.

### 5. Konfirmasi (*Confirmation*)

Adanya konfirmasi jika produk atau jasa sesuai dengan harapan. Sebaliknya, terdapat diskonfirmasi jika terjadi harapan yang lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja kenyataan produk atau jasa. Kepuasan konsumen dapat terjadi jika adanya *confirmation/disconfirmation*.

Menurut Tjiptono (2011), indikator kepuasan pelanggan dapat diukur dengan beberapa hal sebagai berikut (Ritonga dan Nurmasari, 2020):

#### 1. Kesesuaian Harapan

Ini merupakan tingkat kesesuaian dari suatu produk atau jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan dengan apa yang dirasakan pelanggan terhadap produk atau jasa tersebut.

## 2. Minat Berkunjung Kembali

Adanya kepuasan ini akan menjadikan pelanggan melakukan pembelian ulang atau berkunjung kembali terhadap produk atau jasa terkait.

## 3. Kesiediaan Merekomendasikan

Pelanggan akan menyarankan produk kepada teman, keluarga, atau orang terdekat mengenai produk yang dirasakannya.

## 2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

Tabel 2.1  
Hasil Penelitian Yang Relevan

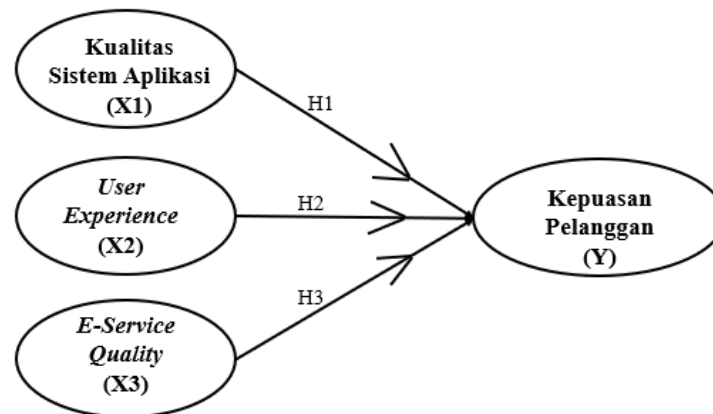
No.	Penulis	Hasil Penelitian	Implikasi/saran/Kontribusi Penelitian
1	Inggit dan Wijaksana (2020)	Kualitas sistem memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Linkaja	Kualitas sistem memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna sebesar 63,3 %. Hal tersebut lebih tinggi jika dibandingkan dengan variabel lain. Sub variabel keamanan sistem memiliki respon yang baik sebesar 72% dari pengguna. Sedangkan kategori tidak baik yaitu <i>history</i> tidak akan hilang dengan skor sebesar 50%. Adanya kepuasan pengguna jika kualitas sistem yang dimiliki baik.
2	Rinaldi dan Santoso (2018)	Kualitas sistem memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna	Kualitas sistem menyatakan nilai <i>standardized estimates</i> sebesar 0,366 dengan signifikansi 0,019 (1,9%) sehingga hipotesis nol

No.	Penulis	Hasil Penelitian	Implikasi/saran/Kontribusi Penelitian
		Traveloka di Kota Semarang	ditolak dan kualitas sistem mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna. Penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan menggunakan sampel yang lebih besar dengan melibatkan lebih dari satu perusahaan.
3	Lestari et al. (2020)	Kualitas aplikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Gojek di kota Jember	Aplikasi disebut berkualitas jika memenuhi kepuasan pengguna. sistem aplikasi Gojek ini memiliki tampilan yang sederhana sehingga mudah digunakan. Aplikasi Gojek dapat diandalkan pengguna karena tidak pernah mengalami error. Selain itu, kecepatan akses dari aplikasi ini menguntungkan pelanggan. Maka dari itu, kualitas aplikasi Gojek ini sesuai dengan keinginan pelanggan. Untuk rasa puas tersebut dapat dengan menggunakan kembali serta merekomendasikan penggunaan kepada orang lain. Penelitian ini menunjukkan hipotesis diterima bahwa kualitas Gojek memenuhi kebutuhan pengguna dan pengguna merasa puas menggunakannya.
4	Syaputra (2021)	<i>User experience</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna <i>Website Detik.Com</i>	<i>User experience</i> memiliki nilai t hitung sebesar $3.464 > 1.968$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$ maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima. <i>User experience</i> berkaitan dengan persepsi dari pengguna dalam ketertarikan menggunakan suatu sistem. Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh <i>user experience</i> terhadap kepuasan pengguna.

No.	Penulis	Hasil Penelitian	Implikasi/saran/Kontribusi Penelitian
5	Saadillah dan Siregar (2019)	<i>User experience</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada sistem pemesanan <i>Mcdelivery Mobile Application</i> di Jawa Barat	<i>User experience</i> pada aplikasi <i>Mcdelivery Mobile Application</i> dapat lebih meningkatkan kualitas aplikasi serta pelayannya. Hal ini akan berpengaruh kepada kepuasan penggunanya. Perusahaan dapat memperbarui sistem pembayaran secara <i>online</i> sehingga pengguna akan lebih mudah dan jelas saat melakukan pemesanan. Perusahaan juga perlu memperhatikan tampilan menu dengan pemberian fitur sehingga konsumen dapat lebih mudah mendapatkan apa yang diinginkan. Perusahaan dapat memberikan suatu arahan mengenai pemakaian aplikasi sehingga akan mempermudah pekerjaan karyawan dan memudahkan pengguna.
6	Wibowo dan Prapanca (2022)	<i>User experience</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Mubeat	Variabel dari <i>user experience</i> yang paling banyak mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu <i>usability</i> . Hal ini sebesar 28,31 %. Sub variabel lainnya yang berpengaruh seperti <i>adoptability</i> dan <i>desirability</i> . Penelitian lain dapat melakukan penelitian terhadap variabel lainnya mengenai <i>user experience</i> terhadap kepuasan pengguna.
7	Irwansyah dan Mappadeceng (2018)	<i>E-service quality</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bukalapak Indonesia	Nilai koefisien regresi yang diperoleh sebesar 1,19 dan menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan <i>e-service quality</i> terhadap kepuasan konsumen. Hal ini diartikan <i>e-service quality</i> yang diberikan Bukalapak harus baik sehingga

No.	Penulis	Hasil Penelitian	Implikasi/saran/Kontribusi Penelitian
			pengaruhnya pada kepuasan pelanggan.
8	Chesanti dan Setyorini (2018)	<i>E-service quality</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi <i>Mobile</i> PLN	Pemenuhan kebutuhan pelanggan dapat dikatakan baik melalui <i>e-service quality</i> oleh aplikasi <i>Mobile</i> PLN. Penggunaan dari fasilitas internet dan media <i>smartphone</i> dapat mempermudah pengguna dalam mengakses aplikasi. Secara umum, masyarakat sudah merasa puas akan pelayanan dari aplikasi tersebut. Dimensi yang memiliki pengaruh terbesar pada penelitian ini yaitu <i>fulfilment</i> . Hal ini dikaitkan dengan informasi yang diperoleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dijanjikan oleh <i>PLN Mobile</i> .
9	Yanto dan Anjarsari (2021)	<i>E-service quality</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada <i>E-Commerce</i> Shopee	<i>E-service quality</i> dapat mencapai suatu kepuasan pelanggan dengan pengukuran menggunakan beberapa dimensi yaitu <i>fullfilment</i> , privasi, reliabilitas, efisien, <i>responsiveness</i> , kompensasi, dan kontak. Pengukuran tersebut memperoleh persentase sebesar 89,29% dimana kategori tersebut sangat baik. Variabel kepuasan pelanggan memperoleh hasil pengukuran sebesar 80,75 yaitu baik. Dengan hasil yang baik tersebut, PT.Shopee tetap perlu meningkatkan <i>e-service quality</i> sehingga pelanggan tetap mencapai rasa puas.

## 2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

## 2.4 Hipotesis

### 2.4.1 Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi terhadap Keuasan Pelanggan

Kualitas sistem merupakan suatu sistem yang menghasilkan *output* yang diharapkan oleh pengguna sistem dari hasil kerja sistem secara baik dan maksimal (Amarin & Wijaksana, 2021).

Penelitian Lestari et al. (2020) menyatakan bahwa kualitas aplikasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keuasan konsumen dimana semakin tinggi kualitas suatu aplikasi maka keuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Inggit dan Wijaksana (2020) mendapatkan hasil bahwa kualitas sistem memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap keuasan pengguna. Penelitian oleh Santoso dan Rinaldi (2018) menunjukkan kualitas sistem memiliki pengaruh positif terhadap keuasan pengguna. Penelitian oleh Patalo et al. (2021) menunjukkan kualitas sistem memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keuasan pengguna.

H1 : Kualitas Sistem Aplikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Tokopedia

#### **2.4.2 Pengaruh *User Experience* terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut *International Organization For Standardization (ISO)* (2009) menyatakan bahwa *user experience* atau *UX* sebagai suatu respon atau penilaian seseorang atas pengalamannya dalam menggunakan suatu produk, jasa, sistem, atau layanan (Wiwesa, 2021).

Penelitian oleh Humairoh & Aziz (2022) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna dapat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kualitas sistem. Penelitian Saadillah & Siregar (2019) menunjukkan *user experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian oleh Prapanca dan Wibowo (2022) menunjukkan *user experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain oleh Alberto & Martins (2020) menunjukkan bahwa pengalaman pengguna mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna.

H2 : *User Experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Tokopedia

#### **2.4.3 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut Zeithaml (2009), *Electronic service quality* atau *e-service quality* adalah sejauh mana kualitas dari sebuah web dalam memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, serta pengiriman secara efektif dan efisien (Tobagus, 2018).



Penelitian oleh Septiani (2020) menyatakan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain oleh Edi Setiawan dan Sarah Septiani (2018) juga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Ramdan dan Mulia (2019) menyatakan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian oleh Wibowo et al. (2019) menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Hammoud et al. (2018) menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H3 : *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Tokopedia

#### **2.4.4 Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi, *User Experience*, dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penelitian oleh Achmadi & Oktrivina (2021) menunjukkan bahwa kualitas sistem dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian oleh Budiarti et al. (2022) menunjukkan bahwa *user experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian lain oleh Vicramaditya (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna situs.

H4 : Kualitas Sistem Aplikasi, *User Experience*, dan *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian**

Waktu penelitian yang diperlukan sampai pada tahap tersusunnya laporan penelitian mulai dari September 2022 – April 2023. Penelitian dilakukan pada Pelanggan pada Pengguna Tokopedia dengan penyebaran kuisioner yang tidak langsung yaitu melalui media daring (*online*).

### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini yaitu penelitian ilmiah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang berdasarkan pada fenomena atau gejala atau realitas yang digunakan dalam meneliti suatu populasi atau sampel, kemudian data dikumpulkan melalui instrument penelitian, dan melakukan analisis data secara statistik yang tujuannya untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2013).

### **3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah keseluruhan dari elemen yang dapat berbentuk peristiwa, orang atau hal yang mempunyai karakteristik tertentu untuk kemudian menjadi perhatian bagi peneliti untuk dipelajari (Ferdinand, 2014). Populasi penelitian ini yaitu pelanggan pada pengguna Tokopedia di Solo Raya. Total Populasi tidak diketahui.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi subjek untuk diteliti dengan jumlah yang lebih kecil dan dengan karakteristik yang sama. Karena keterbatasan yang mungkin dimiliki oleh peneliti seperti keterbatasan waktu, dana, dan tenaga, maka penelitian akan diwakilkan oleh sampel. Sampel yang digunakan harus benar-benar mewakili sehingga akan menghasilkan kesimpulan yang sesuai apa adanya (Sugiyono, 2013). Sampel pada penelitian ini yaitu pelanggan pada pengguna Tokopedia di Solo Raya. Dalam perhitungan jumlah sampel dimana populasi tidak diketahui dengan menggunakan rumus Rao Purba sebagai berikut (Antoni, 2022) :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = Tingkat distribusi normal taraf signifikansi 5% (1,96)

moe = *Margin of error* (tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi sebesar 10%)

Dengan perhitungan berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2}{4(moe)^2} \\ &= \frac{(1,96)^2}{4(0,01)^2} \end{aligned}$$

= 96,06

Diperoleh bahwa sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 96 dan dibulatkan oleh peneliti sebesar 100 sampel.

### **3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik yang dipakai dalam pengambilan sampel penelitian ini yaitu *non-probability sampling*. *Non-Probability* sampling merupakan teknik pengambilan sampel dimana tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap bagian anggota untuk dipilih (Sugiyono, 2013).

Peneliti menggunakan *sampling purposive* dengan pengambilan anggota sampel dengan adanya pertimbangan strata tertentu. Pertimbangan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Generasi Z (usia 10-24 tahun)
2. Bertempat tinggal di Solo Raya.
3. Pernah atau sedang menggunakan Tokopedia sebagai aplikasi belanja.

### **3.4 Data dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Berikut pemaparannya :

1. Data primer adalah sumber data yang didapatkan secara langsung dari responden (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini diperoleh data primer dari kuesioner penelitian yang berisi tentang pengaruh kualitas sistem

aplikasi, *user experience*, dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan.

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari orang lain atau secara tidak langsung (Sugiyono, 2013). Sumber data dalam penelitian melalui studi pustaka yaitu buku, artikel jurnal, *website*, dan lain sebagainya.

### **3.5 Teknik Pengambilan Data**

Proses untuk mendapatkan data pada penelitian ini yaitu kuesioner dan studi kepustakaan. Kedua proses tersebut dipaparkan berikut ini :

#### **1. Kuesioner**

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara yang tertutup yaitu memberikan pernyataan atau pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner ini terdiri dari variabel-variabel yang diukur sehingga peneliti paham apa yang diharapkan dari responden. Tipe kuesioner yang tertutup ini dimana responden akan memberikan jawaban dengan membuat pilihan di antara pernyataan atau pertanyaan yang telah diberikan peneliti (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini menggunakan skala ordinal sebagai alat ukur. Dari data tersebut, akan diperoleh data ordinal melalui bantuan kuesioner dengan skala likert. Skala likert ini guna mengukur sikap, persepsi, atau pendapat seseorang mengenai suatu fenomena (Sugiyono, 2013). Fenomena inilah yang ditetapkan sebagai variabel oleh peneliti. Pengukuran terhadap indikator ini membutuhkan adanya skala likert dengan memberikan poin 1-4 pada setiap skala :

Tabel 3.1  
Skala Likert

<b>Skala</b>	<b>Keterangan</b>
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

## 2. Studi Kepustakaan

Adanya studi kepustakaan digunakan untuk memperoleh data sekunder melalui berbagai sumber ilmiah seperti buku, artikel jurnal, internet, dan literatur-literatur lainnya.

### 3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah semua hal yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk selanjutnya dipelajari sehingga akan memperoleh informasi mengenai hal tersebut yang kemudian akan diambil kesimpulannya. Penelitian ini terdapat dua variabel, variabel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut (Sugiyono, 2013):

1. Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi sebab munculnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dari penelitian ini yaitu Kualitas Sistem Aplikasi (X1), *User Experience* (X2), dan *E-Service Quality* (X3).

2. Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi serta akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dari penelitian ini yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2  
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Sistem Aplikasi (X1)	Kualitas sistem merupakan suatu sistem yang menghasilkan <i>output</i> yang diharapkan oleh pengguna sistem dari hasil kerja sistem secara baik dan maksimal (Amarin & Wijaksana, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fleksibilitas</li> <li>2. Kemudahan Penggunaan</li> <li>3. Keandalan Sistem</li> <li>4. Keamanan</li> </ol> <p>Menurut DeLone &amp; McLean (2014) dalam Tulodo &amp; Solichin (2019)</p>	Skala likert 1-4 dimana dari poin 1 (sangat tidak setuju) sampai pada poin 4 (sangat setuju)
<i>User Experience</i> (X2)	Menurut <i>International Organization For Standardization (ISO)</i> (2009) menyatakan bahwa <i>User experience</i> atau <i>UX</i> merupakan tanggapan dan pendapat seseorang atas pengalamannya dalam menggunakan suatu produk, jasa, sistem, atau layanan (Wiwesa, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Perceived Utilitarian</i></li> <li>2. <i>Perceived Hedonic</i></li> </ol> <p>Deng et al (2010) dalam Hidayatuloh &amp; Aziati (2020)</p>	Skala likert 1-4 dimana dari poin 1 (sangat tidak setuju) sampai pada poin 4 (sangat setuju)
<i>E-Service Quality</i> (X3)	Menurut Zeithaml (2009), <i>Electronic service quality</i> atau <i>e-service quality</i> adalah sejauh mana kualitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Efficiency</i></li> <li>2. <i>Fullfilment</i></li> </ol>	Skala likert 1-4 dimana dari poin 1 (sangat tidak setuju) sampai pada



Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	dari sebuah web dalam memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, serta pengiriman secara efektif dan efisien (Tobagus, 2018).	3. <i>Reliability</i> 4. <i>Privacy</i> 5. <i>Responsiveness</i> 6. <i>Compentation</i> 7. <i>Contact</i>  Menurut Zeithaml (2002) dalam Putri & Hanifa (2019)	poin 4 (sangat setuju)
Kepuasan Pelanggan (Y)	Menurut Kotler dan Keller (2012) kepuasan konsumen adalah perasaan yang dirasakan oleh konsumen dapat berupa perasaan senang atau kecewa terhadap suatu kinerja produk yang dipikirkan dengan kinerja produk yang dihasilkan atau dirasakan.  (Priansa, 2017)	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasikan  Menurut Tjiptono (2011) dalam Ritonga dan Nurmasari (2020)	Skala likert 1-4 dimana dari poin 1 (sangat tidak setuju) sampai pada poin 4 (sangat setuju)

### 3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses dalam mencari dan menyusun secara sistematis hasil data yang diperoleh melalui hasil wawancara, catatan lapangan, serta dokumentasi. Hasil tersebut kemudian di analisis dan dijabarkan ke dalam item-item, melakukan sintesa, penyusunan dalam pola, dan memilih hasil yang penting untuk dipelajari sehingga dapat mendapatkan kesimpulan yang dipahami

diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisa data ini digunakan sebagai penguji hipotesis yang sudah dirumuskan dalam proposal penelitian. Penelitian ini menggunakan *Software* SPSS dengan analisis regresi linear berganda.

### **3.8.1 Uji Instrumen Data**

#### **1. Uji Validitas**

Validitas adalah tingkat sah atau tidaknya suatu kuesioner sebagai alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Instrumen yang digunakan dikatakan valid jika mampu mengemukakan yang diukur. Validitas ini akan melihat sejauh mana suatu data dapat diukur mrnggunakan alat ukur sehingga mengetahui alat ukur tersebut mengukur sesuai dengan tujuannya (Sugiyono, 2013). Kevalidan dari hasil uji ini diketahui dengan melihat tingkat signifikansi yaitu 0,05 dan output *Correlated Item-Total Correlation* kemudian bandingkan hasil tersebut dengan r tabel. Jika r hitung  $>$  r tabel dan nilai positif maka indikator dikatakan valid (Ghozali, 2016).

#### **2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas digunakan dalam pengukuran suatu instrumen penelitian sehingga mengetahui seberapa akurat penelitian jika dilakukan pengukuran secara berulang. Reliabilitas adalah konsistensi dari pengamatan yang didapatkan dari pencatatan berulang dengan satu subjek maupun sejumlah objek (Sodik, 2015). Menurut Nunnaly (1994), untuk melihat konsistensi dari alat

ukur tersebut dapat melihat nilai *Cronbach alpha*. Jika nilai *Cronbach alpha* > 0,70 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel (Ghozali, 2016).

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam pengujian sebuah model untuk mengetahui suatu data bersifat normal atau tidak. Alat yang digunakan ini adalah uji *one-sample kolmogorov-smirnov* dengan bantuan SPSS. Pengujian ini akan melihat tingkat signifikansi untuk mengetahui normalitas yang terjadi. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka data dapat dikatakan terdistribusi normal begitu juga sebaliknya (Ghozali, 2016).

#### 2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan pengujian untuk melihat suatu korelasi antar variabel pada model regresi. Dalam menentukan ada atau tidak terjadi multikolinearitas pada model dapat diketahui pada nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,10 maka data bebas multikolinearitas pada variabel independen. Jika VIF > 10 dan memiliki nilai *Tolerance* < 0,10 maka terjadi multikolinearitas pada variabel independen (Ghozali, 2016).

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah pada model regresi yang diujikan terdapat ketidaksamaan varians residual dari pengamatan yang

dilakukan. Apabila varians residual dari pengamat satu ke lainnya tetap maka disebut homokedastisitas, jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji glistier digunakan pada penelitian ini. Uji ini akan melihat tabel “*P Value*” > 0,05 yang berarti tidak adanya gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

### 3.8.3 Uji Ketepatan Model

#### 1. Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh antar variabel yang dilakukan secara bersama-sama yaitu variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F ini akan menguji pengaruh variabel independen dengan dependen. Untuk mengetahui hubungan variabel tersebut maka perlu memperhatikan hasil signifikansi dan *alpha*. Jika nilai signifikansi  $F < \alpha$  0,05 maka terdapat pengaruh antar variabel tersebut secara simultan. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka variabel bebas tidak adanya pengaruh terhadap variabel terikat secara simultan (Ghozali, 2016) .

#### 2. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur suatu model regresi dalam menganalisis besarnya variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu berada di antara nol dan satu. Apabila nilai koefisien kecil maka semakin terbatas kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Apabila nilai mendekati satu maka terdapat banyak informasi oleh variabel bebas mengenai variasi dari variabel terikat (Ghozali, 2016). Koefisien

determinasi ini akan mengukur besarnya persentase peran dari variabel bebas yaitu kualitas sistem aplikasi (X1), *user experience* (X2), dan *e-service quality* (X3) terhadap variasi naik turunnya dari variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan(Y) secara bersamaan.

#### 3.8.4 Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh antar variabel secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hubungan variabel tersebut maka perlu memperhatikan hasil signifikansi dan *alpha*. Jika nilai signifikansi  $t < \alpha$  0,05 maka terdapat pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen tersebut secara parsial. Jika nilai signifikansi  $t > \alpha$  0,05 maka tidak terdapat pengaruh antar variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2016).

#### 3.8.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi merupakan model yang dipakai dalam menganalisis suatu pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ferdinand, 2014). Pengujian ini dilakukan sebagai pengukuran seberapa kuat hubungan antar variabel. Analisis ini juga digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antar variabel sehingga digunakan dalam menjawab hipotesis yang telah ditetapkan oleh peneliti. Persamaan dari model regresi berganda sebagai berikut (Ferdinand, 2014) :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Pelanggan
- a = Konstanta
- B = Koefisien Regresi
- X1 = Kualitas Sistem Aplikasi
- X2 = *User Experience*
- X3 = *E-Service Quality*
- e = Residual

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Penelitian**

Penelitian ini menjadikan generasi Z di Solo Raya sebagai responden. Dengan kriteria seperti usia Generasi Z yaitu 10-25 tahun, Tinggal di Solo Raya, dan pernah menggunakan Tokopedia. Penyebaran kuesioner melalui whatsapp dan Instagram dengan menghubungi teman-teman untuk mendapatkan kuantitas yang dibutuhkan. Teman terdekat juga diminta untuk menyebarkan sehingga kuesioner dapat menjangkau banyak responden. Berbagai permasalahan dari pengambilan data seperti sedikitnya pengguna Tokopedia di sekitar peneliti dan teman-teman yang tidak membalas pesan sehingga tidak semua yang dihubungi dapat mengisi kuesioner.

Penelitian dilakukan dengan analisis deskriptif dimana dipisahkan dengan berbagai karakteristik responden yang berkaitan dengan jenis kelamin, usia, alamat, dan frekuensi pemakaian aplikasi tokopedia. Pengambilan data melalui kuesioner yang disebarakan secara *online* kepada responden yang memenuhi kriteria. Perolehan data yaitu sebanyak 132 responden dan peneliti mengambil 100 data untuk kemudian diolah. Hal tersebut diseleksi Kembali oleh peneliti gunaantisipasi adanya kesalahan atau kurangnya ketelitian dalam pengisian kuesioner. Dari hasil sampel sebanyak 100 tersebut maka memperoleh berbagai kategori hasil deskripsi seperti jenis kelamin, usia, alamat, dan jumlah pemakaian aplikasi Tokopedia.

## 4.2 Karakteristik Responden

### 4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut Persentase hasil responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1  
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	18	18%
Perempuan	82	82 %
Total	100	100%

Dari tabel 4.1 menunjukkan responden perempuan lebih dominan dalam penggunaan Tokopedia yang berjenis kelamin laki laki sebanyak 18 responden atau 18 % persen dan responden perempuan sebanyak 82 responden atau 82 % persen.

### 4.2.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia Generasi Z dibedakan menjadi dua oleh peneliti yaitu usia 10-17 dan 18-25 tahun. Berikut persentase hasil responden berdasarkan usia :

Tabel 4.2  
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
10-17	1	1%
18-25	99	99%
Total	100	100%



Pada tabel 4.2 Diperoleh hasil bahwa frekuensi pada usia 10-17 tahun dengan frekuensi terendah sebanyak 1 responden atau 1 % dan frekuensi tertinggi yaitu usia 18-25 tahun dengan 99 responden atau 99 %.

#### 4.2.3 Responden Berdasarkan Alamat

Responden terdiri dari berbagai kabupaten yang berada di Soloraya. Kabupaten tersebut terdiri dari Boyolali, Karanganyar, Klaten, Sragen, Sukoharjo, Surakarta, dan Wonogiri. Berikut pengklasifikasian data responden berdasarkan alamat :

Tabel 4.3  
Jumlah Responden Berdasarkan Alamat

Wilayah	Jumlah	Presentase
Boyolali	12	12 %
Karanganyar	17	17 %
Klaten	11	11 %
Sragen	10	10 %
Sukoharjo	16	16 %
Surakarta	22	22 %
Wonogiri	12	12 %
Total	100	100%

Berdasarkan hasil dari 100 sampel diperoleh bahwa Boyolali dengan responden sebanyak 12 responden atau 12%. Karanganyar dengan total responden sebanyak 17 responden atau 17 %. Kemudian kabupaten Klaten yang memiliki responden sebanyak 11 responden atau 11 %. Kemudian responden Sragen dengan

total 10 responden atau 10%. Sukoharjo dengan total 16 responden atau 16 %. Surakarta sebanyak 22 responden atau 22%. Kemudian kabupaten Wonogiri dengan total responden 12 tau 12%. Hal ini dapat dilihat bahwa total responden terbanyak yaitu Surakarta dan responden yang paling sedikit yaitu Sragen.

#### 4.2.4 Responden Berdasarkan Banyaknya Pemakaian Aplikasi

Berikut data hasil responden berdasarkan banyaknya pemakaian :

Tabel 4.4  
Jumlah Responden Berdasarkan Banyaknya Pemakaian Aplikasi

<b>Frekuensi Pemakaian</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
1 kali	0	0 %
2 kali	35	35 %
Lebih dari 2 kali	65	65 %
Total	100	100%

Peneliti memperoleh hasil dengan 1 kali, 2 kali dan lebih dari 2 kali penggunaan. Responden yang menggunakan Tokopedia hanya 1 kali sebanyak 0 responden. Responden yang pernah menggunakan Tokopedia sebanyak 2 kali dengan total 35 responden atau 35 %. Responden yang telah menggunakan Tokopedia lebih dari 2 kali sebanyak 65 responden atau 65 %.

#### 4.2.5 Deskripsi Pilihan Jawaban Responden

Hasil jawaban dari kuesioner dengan 100 responden menunjukkan pilihan dari sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju. Masing masing skala diberi angka 1 sampai 4. Beberapa responden memilih jawaban dengan nilai terendah dan tertinggi yang ditunjukkan oleh nilai maksimum dan minimum serta

nilai standar deviasi dan nilai *mean* yang menunjukkan nilai rata-rata dari setiap jawaban item pernyataan.

### 1. Deskripsi Kualitas Sistem Aplikasi

Tabel 4.5  
Penilaian Variabel Kualitas Sistem

Item	Kategori Kuesioner				Total	Rata-rata
	STS	TS	S	SS		
Sistem Tokopedia stabil di semua perangkat	1	5	42	52	100	3,4
Sistem Tokopedia ini fleksibel	-	3	42	55	100	3,5
Tampilan menu pada antarmuka Tokopedia mudah dipahami	-	5	54	41	100	3,3
<i>Step by step</i> sistem Tokopedia mudah digunakan	-	3	48	49	100	3,4
Sistem tidak pernah eror walaupun saat banyak orang yang menggunakan Tokopedia	1	20	50	29	100	3,0
Semua fitur menu di Tokopedia berfungsi dengan baik	-	7	36	57	100	3,5
Transaksi <i>history</i> tidak akan hilang	-	5	43	52	100	3,4
Pengguna dapat melihat <i>report</i> transaksi <i>history</i>	-	5	38	57	100	3,5

Tabel 4.6  
Statistik Variabel Kualitas Sistem

Keterangan	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
Range	3	2	2	2	3	2	2	2
Minimum	1	2	2	2	1	2	2	2
Maksimum	4	4	4	4	4	4	4	4
Jumlah	345	352	336	346	307	350	347	352
Std. Deviasi	0,641	0,559	0,577	0,558	0,728	0,627	0,593	0,594

Berdasarkan tabel deskriptif 4.5 diperoleh hasil :

- a. Tabel 4.5 menunjukkan hasil pada X1.1 yaitu "Sistem Tokopedia stabil di semua perangkat" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 52. Responden yang memberikan setuju sebanyak 42. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 5 dan sangat tidak setuju sebanyak 1. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju pada indikator pertama. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,4. Hal ini artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa Tokopedia stabil di semua perangkat.
- b. Tabel 4.5 menunjukkan hasil pada X1.2 yaitu "Sistem Tokopedia ini fleksibel" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 55. Responden yang memberikan setuju sebanyak 42. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 3. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju pada item pernyataan kedua. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,5, hal ini artinya

berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa Tokopedia ini fleksibel.

- c. Tabel 4.5 menunjukkan hasil pada X1.3 yaitu "Tampilan menu pada antarmuka Tokopedia mudah dipahami" menunjukkan bahwa responden yang memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 41. Responden yang memberikan setuju sebanyak 54. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 5. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju pada item pernyataan ketiga. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,3, hal ini artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa tampilan menu Tokopedia ini mudah dipahami oleh pengguna.
- d. Tabel 4.5 menunjukkan hasil pada X1.4 yaitu "*Step by step* Tokopedia mudah digunakan" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 49. Responden yang memberikan setuju sebanyak 48. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 3. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju pada item pernyataan keempat. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,4, hal ini artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa langkah-langkah pada aplikasi Tokopedia mudah digunakan.
- e. Tabel 4.5 menunjukkan hasil pada X1.5 yaitu "Sistem tidak pernah eror walaupun saat banyak orang yang menggunakan Tokopedia" menunjukkan bahwa responden yang memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 29. Responden yang memberikan setuju sebanyak 50. Responden yang

memberikan nilai tidak setuju sebanyak 20 dan sangat tidak setuju sebanyak 1. Item pernyataan ini mendapatkan paling banyak tidak setuju diantara item pernyataan yang lain kemudian nilai *mean* sebesar 3,0, hal ini artinya berada dalam kategori baik namun banyak responden yang memberikan tidak setuju sehingga sistem Tokopedia ini juga pernah mengalami eror.

- f. Tabel 4.5 menunjukkan hasil pada X1.6 yaitu "Semua fitur menu di Tokopedia berfungsi dengan baik" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 57. Responden yang memberikan setuju sebanyak 36. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 7. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju pada item pernyataan keenam. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,5, hal ini artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa fitur menu Tokopedia ini berfungsi sebagaimana mestinya.
- g. Tabel 4.5 menunjukkan hasil pada X1.7 yaitu "Transaksi *history* tidak akan hilang" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 52. Responden yang memberikan setuju sebanyak 43. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 5. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju pada item pernyataan ketujuh. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,4, hal ini artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa history dari setiap transaksi tidak akan hilang.

- h. Tabel 4.5 menunjukkan hasil pada X1.8 yaitu "Pengguna dapat melihat *report* transaksi *history*" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 57. Responden yang memberikan setuju sebanyak 38. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 5. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju pada item pernyataan kedelapan. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,5 yang artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa pelanggan dapat melihat kembali transaksi *history* yang sudah dilakukan.
- i. Dari ke delapan item pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang paling baik yaitu sistem Tokopedia ini fleksibel dengan nilai *mean* sebesar 3,5 yang mendapatkan nilai tidak setuju paling sedikit. Sedangkan yang kurang disetujui pada pernyataan sistem tokopedia tidak pernah eror walaupun saat banyak orang yang menggunakan Tokopedia dengan nilai *mean* sebesar 3,0 dimana menghasilkan nilai tidak setuju terbanyak. Hal ini berarti sistem Tokopedia juga mengalami eror.

## 2. Deskripsi *User Experience*

Tabel 4.7  
Penilaian Variabel *User Experience*

Item	Kategori Kuesioner				Total	Rata-rata
	STS	TS	S	SS		
Aplikasi Tokopedia sangat bermanfaat bagi saya	-	3	49	48	100	3,4

Item	Kategori Kuesioner				Total	Rata-rata
	STS	TS	S	SS		
Aplikasi Tokopedia meningkatkan efisiensi saya dalam berbelanja	-	6	45	49	100	3,4
Aplikasi Tokopedia memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi saya	-	5	48	47	100	3,4
Saya merasa aplikasi Tokopedia memiliki keunikan yang berbeda dari <i>e-commerce</i> lain	-	10	50	40	100	3,3

Tabel 4.8  
Statistik Variabel *User Experience*

Keterangan	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
Range	2	2	2	2
Minimum	2	2	2	2
Maksimum	4	4	4	4
Jumlah	345	343	342	330
Std. Deviasi	0,557	0,607	0,589	0,643

Berdasarkan tabel deskriptif 4.7 diperoleh hasil :

- a. Tabel 4.7 menunjukkan hasil pada X2.1 yaitu "Aplikasi Tokopedia sangat bermanfaat bagi saya" menunjukkan bahwa responden yang memilih pada sangat setuju sebanyak 48. Responden yang memberikan setuju sebanyak 49. Responden yang memberikan tidak setuju sebanyak 3. Hal ini berarti



responden setuju dengan pernyataan tersebut. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,4 yang artinya pernyataan ini berada pada kategori baik dimana banyak responden setuju bahwa Tokopedia ini memberikan manfaat bagi pelanggan.

- b. Tabel 4.7 menunjukkan hasil pada X2.2 yaitu "Aplikasi Tokopedia meningkatkan efisiensi saya dalam berbelanja" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 49. Responden yang memberikan setuju sebanyak 45. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 6. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju pada item pernyataan tersebut. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,4 yang artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa Tokopedia ini mampu meningkatkan efisiensi berbelanja pelanggan.
- c. Tabel 4.7 menunjukkan hasil pada X2.3 yaitu "Aplikasi Tokopedia memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi saya" menunjukkan bahwa responden yang memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 47. responden yang memberikan setuju sebanyak 48. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 5. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju pada item pernyataan tersebut. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,4 yang artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa mereka mendapatkan pengalaman yang menyenangkan saat menggunakan Tokopedia.

- d. Tabel 4.7 menunjukkan hasil pada X2.4 yaitu "Saya merasa aplikasi Tokopedia memiliki keunikan yang berbeda dari *e-commerce* lain" menunjukkan bahwa responden yang memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 40. Responden yang memberikan setuju sebanyak 50. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 10. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju pada item pernyataan tersebut. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,3. Hal ini artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa Tokopedia memiliki keunikan dari *e-commerce* lainnya.
- e. Dari keempat item pernyataan tersebut dapat disimpulkan bawa pernyataan yang paling baik dengan jumlah tidak setuju paling sedikit yaitu X2.1 dimana Tokopedia ini memberikan manfaat bagi pelanggannya sedangkan untuk pernyataan dengan total tidak setuju terbanyak yaitu X2.4 yang artinya pelanggan tidak merasa adanya keunikan yang berbeda Tokopedia dengan *e-commerce* lain.

### 3. Deskripsi *E-Service Quality*

Tabel 4.9  
Penilaian Variabel *E-Service Quality*

Item	Kategori Kuesioner				Total	Rata-rata
	STS	TS	S	SS		
Saya bisa menemukan produk yang saya cari di Tokopedia	1	7	39	53	100	3,4

Item	Kategori Kuesioner				Total	Rata-rata
	STS	TS	S	SS		
Saya merasa bisa menghemat waktu ketika berbelanja online di Tokopedia	-	6	39	55	100	3,4
Ketersediaan stok produk dalam tertera pada setiap toko di Tokopedia	-	7	41	52	100	3,4
Kebutuhan saya terpenuhi dengan berbelanja di Tokopedia	1	10	43	46	100	3,3
Transaksi dilakukan dengan mudah dan cepat	-	2	39	59	100	3,5
Aplikasi Tokopedia tidak mengalami eror	1	19	46	34	100	3,1
Tokopedia melindungi informasi tentang aktivitas belanja saya	-	2	51	47	100	3,4
Tokopedia melindungi informasi transaksi saya (kartu kredit/debit, alamat, dan lain sebagainya)	-	3	41	56	100	3,5
Tokopedia dapat mengatasi masalah yang dialami pelanggan	-	10	49	41	100	3,3
Pertanyaan-pertanyaan Pelanggan dijawab dengan cepat oleh Tokopedia	-	13	51	36	100	3,2
Tokopedia tepat waktu dalam mengantar barang	-	8	53	39	100	3,3
Tokopedia menawarkan return/tukar produk jika tidak sesuai	1	9	44	46	100	3,3
Layanan Call Center atau Tokopedia Care buka 24 jam	-	9	45	46	100	3,3

Item	Kategori Kuesioner				Total	Rata-rata
	STS	TS	S	SS		
Pelanggan dapat menghubungi layanan Tokopedia Care melalui aplikasi atau dapat melalui email jika dibutuhkan/terdapat masalah	-	2	44	54	100	3,5

Tabel 4.10  
Statistik Variabel *E-Service Quality*

Keterangan	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7
Range	3	2	2	3	2	3	2
Minimum	1	2	2	1	2	1	2
Maksimum	4	4	4	4	4	4	4
Jumlah	344	349	345	334	357	313	345
Std. Deviasi	0,671	0,611	0,625	0,699	0,536	0,747	0,538

Tabel Berlanjut...

Lanjutan tabel 4.10

Keterangan	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3.13	X3.14
Range	2	2	2	2	3	2	2
Minimum	2	2	2	2	1	2	2
Maksimum	4	4	4	4	4	4	4
Jumlah	353	331	323	331	335	337	352
Std. Deviasi	0,558	0,646	0,664	0,614	0,687	0,645	0,540

Berdasarkan tabel deskriptif 4.9 diperoleh hasil :

- a. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.1 yaitu "Saya bisa menemukan produk yang saya cari di Tokopedia" menunjukkan bahwa responden dominan sangat setuju sebanyak 53. Responden memberikan setuju sebanyak 39. Responden memberikan tidak setuju sebanyak 7 dan sangat tidak setuju sebanyak 1. Hal ini berarti responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Nilai *mean* menunjukkan 3,4 yang artinya pernyataan ini dalam kategori baik dimana responden setuju bahwa pelanggan dapat menemukan produk yang di cari pada Tokopedia.
- b. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.2 yaitu "Saya merasa bisa menghemat waktu ketika berbelanja online di Tokopedia" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 55. Responden yang memberikan setuju sebanyak 39. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 6. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju pada item pernyataan tersebut. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,4 Hal ini artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa berbelanja di Tokopedia dapat menghemat waktu.
- c. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.3 yaitu "Ketersediaan stok produk tertera pada setiap toko di Tokopedia" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 52. Responden yang memberikan setuju sebanyak 41. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 7. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden

menyatakan sangat setuju pada item pernyataan tersebut. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,4 yang artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa stok produk tertera pada setiap toko di Tokopedia.

- d. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.4 yaitu "Kebutuhan saya terpenuhi dengan berbelanja di Tokopedia" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 46. Responden yang memberikan setuju sebanyak 43. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 10. Responden yang memberikan sangat tidak setuju sebanyak 1. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju pada item pernyataan tersebut. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,3. Hal ini artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa berbelanja di Tokopedia dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.
- e. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.5 yaitu "Transaksi dilakukan dengan mudah dan cepat" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 59. Responden yang memberikan setuju sebanyak 39. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 2. Nilai *mean* sebesar 3,5 yang artinya berada dalam kategori baik dimana pelanggan setuju bahwa transaksi di Tokopedia itu mudah dan cepat.
- f. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.6 yaitu "Aplikasi Tokopedia tidak mengalami eror" menunjukkan bahwa responden yang memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 34. responden yang memberikan setuju sebanyak 46.

Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 19 dan sangat tidak setuju sebanyak 1. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,1 yang artinya berada dalam kategori baik namun dengan banyaknya yang tidak setuju sebanyak 19 maka Tokopedia ini juga pernah mengalami eror saat transaksi.

- g. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.7 yaitu "Tokopedia melindungi informasi tentang aktivitas belanja saya" menunjukkan bahwa responden yang memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 47. Responden yang memberikan setuju sebanyak 51. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 2. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,4 yang artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa informasi mengenai aktivitas belanja pelanggan dilindungi oleh Tokopedia
- h. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.8 yaitu "Tokopedia melindungi informasi transaksi saya (kartu kredit/debit, alamat,dan sebagainya)" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 56. responden yang memberikan setuju sebanyak 41. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 3. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,5. Hal ini artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa Tokopedia melindungi informasi transaksi pelanggan.
- i. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.9 yaitu "Tokopedia dapat mengatasi masalah yang dialami pelanggan" menunjukkan bahwa responden yang memberikan sangat setuju sebanyak 41. Responden memberikan setuju sebanyak 49. Responden memberikan tidak setuju sebanyak 10. Hal ini

berarti responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Nilai *mean* menunjukkan 3,3 yang artinya pernyataan ini dalam kategori baik dimana responden setuju bahwa Tokopedia mampu mengatasi permasalahan pelanggan saat menggunakan Tokopedia.

- j. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.10 yaitu "Pertanyaan-pertanyaan pelanggan di jawab cepat oleh Tokopedia" menunjukkan bahwa responden yang memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 36. Responden yang memberikan setuju sebanyak 51. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 13. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,2. Hal ini artinya berada dalam kategori baik namun termasuk dalam jumlah tidak setuju terbanyak yaitu 13 maka pertanyaan pelanggan tidak selalu dijawab cepat oleh Tokopedia.
- k. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.11 yaitu "Tokopedia tepat waktu dalam mengantar barang" menunjukkan bahwa responden yang memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 39. Responden yang memberikan setuju sebanyak 53. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 8. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju pada item pernyataan tersebut. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,3 yang artinya berada dalam kategori baik bahwa Tokopedia tepat waktu dalam mengantar barang pelanggan.
- l. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.12 yaitu "Tokopedia menawarkan *return*/tukar produk jika tidak sesuai" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 46. Responden yang



memberikan setuju sebanyak 44. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 9 dan sangat tidak setuju sebanyak 1. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,3. Hal ini artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa adanya penawaran *return*/tukar produk dari Tokopedia jika produk tidak sesuai.

- m. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.13 yaitu "Layanan *Call Center* atau Tokopedia Care buka 24 jam" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 46. responden yang memberikan setuju sebanyak 45. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 9. Nilai *mean* sebesar 3,3 yang artinya berada dalam kategori baik dimana pelanggan setuju bahwa Tokopedia menyediakan layanan Tokopedia Care yang buka 24 jam
- n. Tabel 4.9 menunjukkan hasil pada X3.14 yaitu "Pelanggan dapat menghubungi Tokopedia Care melalui aplikasi atau dapat melalui email jika dibutuhkan/terdapat masalah" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 54. Responden yang memberikan setuju sebanyak 44. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 2. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,5 yang artinya berada dalam kategori baik bahwa pelanggan dapat menghubungi layanan Tokopedia Care saat dibutuhkan
- o. Dari ke empat belas item pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang paling baik yaitu pelanggan dapat menghubungi Tokopedia Care saat membutuhkan bantuan dengan nilai *mean* sebesar 3,5

yang mendapatkan nilai tidak setuju paling sedikit. Sedangkan yang kurang disetujui pada X3.6 dan X3.10 yaitu pernyataan sistem tokopedia tidak mengalami eror dan pertanyaan pertanyaan pelanggan dijawab cepat oleh Tokopedia. Hal ini berarti sistem Tokopedia juga mengalami eror saat transaksi dan permasalahan pelanggan tidak selalu direspon cepat oleh Tokopedia.

#### 4. Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.11  
Tabel Penilaian Variabel Kepuasan Pelanggan

Item	Kategori Kuesioner				Total	Rata-rata
	STS	TS	S	SS		
Tokopedia memberikan pelayanan yang baik	-	2	38	60	100	3,5
Kemudahan penggunaan dari aplikasi Tokopedia sesuai dengan harapan pelanggan	-	2	45	53	100	3,5
Jika saya membutuhkan produk yang dapat dibeli secara online, maka saya akan menggunakan Tokopedia Kembali	-	11	43	46	100	3,3
Saya akan merekomendasikan Tokopedia sebagai tempat berbelanja ke orang lain	-	6	43	51	100	3,4

Tabel 4.12  
Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan

Keterangan	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
Range	2	2	2	2
Minimum	2	2	2	2
Maksimum	4	4	4	4
Jumlah	358	351	335	345
Std. Deviasi	0,535	0,541	0,672	0,609

Berdasarkan tabel deskriptif 4.11 diperoleh hasil :

- a. Tabel 4.11 menunjukkan hasil pada Y1.1 yaitu "Tokopedia memberikan pelayanan yang baik" menunjukkan bahwa responden yang memilih pada sangat setuju sebanyak 60. Responden yang memberikan setuju sebanyak 38. Responden yang memberikan tidak setuju sebanyak 2. Hal ini berarti responden setuju dengan pernyataan tersebut. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,5 yang artinya pernyataan ini berada pada kategori baik dimana banyak responden setuju bahwa Tokopedia ini memberikan pelayanan yang baik
- b. Tabel 4.11 menunjukkan hasil pada Y1.2 yaitu "Kemudahan penggunaan dari aplikasi Tokopedia sesuai dengan harapan pelanggan" menunjukkan bahwa responden dominan memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 53. Responden yang memberikan setuju sebanyak 45. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 2. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju pada item pernyataan tersebut. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,5 Hal ini artinya berada dalam

kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa pelayanan Tokopedia sudah sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

- c. Tabel 4.11 menunjukkan hasil pada Y1.3 yaitu "Jika saya membutuhkan produk yang dapat dibeli secara *online*, maka saya akan menggunakan Tokopedia kembali" menunjukkan bahwa responden yang memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 46. Responden yang memberikan setuju sebanyak 43. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 11. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju pada item pernyataan tersebut. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,3 Hal ini artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju namun pernyataan ini yang paling banyak tidak setuju sehingga tidak semua pelanggan akan menggunakan Tokopedia kembali.
- d. Tabel 4.11 menunjukkan hasil pada Y1.4 yaitu "Saya akan merekomendasikan Tokopedia sebagai tempat berbelanja ke orang lain" menunjukkan bahwa responden yang memberikan sangat setuju yaitu sebanyak 51. Responden yang memberikan setuju sebanyak 43. Responden yang memberikan nilai tidak setuju sebanyak 6. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan responden menyatakan setuju pada item pernyataan tersebut. Diketahui nilai *mean* sebesar 3,4. Hal ini artinya berada dalam kategori baik dimana banyak responden yang setuju bahwa pelanggan akan merekomendasikan Tokopedia kepada orang lain.
- e. Dari keempat item pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang paling baik dengan jumlah tidak setuju paling sedikit yaitu Y1.1 bahwa

pelayanan Tokopedia sudah cukup baik. Sedangkan untuk pernyataan dengan total tidak setuju terbanyak yaitu Y1.3 yang artinya tidak semua pelanggan akan menggunakan Tokopedia kembali jika berbelanja online.

### 4.3 Pengujian dan Hasil Analisis Data

#### 4.3.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat sah atau tidaknya suatu kuesioner sebagai alat ukur yang digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2013). Terdapat empat variabel yang diujikan yaitu kualitas sistem aplikasi, *user experience*, *e-service quality*, dan kepuasan pelanggan. Suatu data dikatakan valid dengan membandingkan  $r$  hitung yang diperoleh dengan  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dibandingkan  $r$  tabel dan memiliki nilai yang positif maka dapat dirumuskan bahwa indikator valid (Ghozali, 2016).

Tabel 4.13  
Hasil Uji Validitas

Item	R hitung	R tabel	Sig	Keterangan
Kualitas sistem				
X1.1	0,766	0,1654	0,000	Valid
X1.2	0,833	0,1654	0,000	Valid
X1.3	0,720	0,1654	0,000	Valid
X1.4	0,777	0,1654	0,000	Valid
X1.5	0,735	0,1654	0,000	Valid
X1.6	0,788	0,1654	0,000	Valid

<b>Item</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Sig</b>	<b>Keterangan</b>
X1.7	0,760	0,1654	0,000	Valid
X1.8	0,775	0,1654	0,000	Valid
<i>User Experience</i>				
X2.1	0,839	0,1654	0,000	Valid
X2.2	0,823	0,1654	0,000	Valid
X2.3	0,845	0,1654	0,000	Valid
X2.4	0,743	0,1654	0,000	Valid
<i>E-Service Quality</i>				
X3.1	0,603	0,1654	0,000	Valid
X3.2	0,704	0,1654	0,000	Valid
X3.3	0,708	0,1654	0,000	Valid
X3.4	0,651	0,1654	0,000	Valid
X3.5	0,727	0,1654	0,000	Valid
X3.6	0,666	0,1654	0,000	Valid
X3.7	0,753	0,1654	0,000	Valid
X3.8	0,689	0,1654	0,000	Valid
X3.9	0,738	0,1654	0,000	Valid
X3.10	0,754	0,1654	0,000	Valid
X3.11	0,708	0,1654	0,000	Valid
X3.12	0,739	0,1654	0,000	Valid
X3.13	0,731	0,1654	0,000	Valid
X3.14	0,809	0,1654	0,000	Valid
<b>Kepuasan Pelanggan</b>				
Y1	0,812	0,1654	0,000	Valid
Y2	0,776	0,1654	0,000	Valid

Item	R hitung	R tabel	Sig	Keterangan
Y3	0,817	0,1654	0,000	Valid
Y4	0,798	0,1654	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa secara keseluruhan item variabel memiliki r hitung yang lebih besar dibanding r tabel dan nilai signifikansi seluruh variabel kurang dari 0,05. Hal ini menyatakan bahwa seluruh indikator pada variabel kualitas sistem, *user experience*, *e-service quality*, kepuasan pelanggan dikatakan valid. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa semua item variabel memiliki r hitung yang lebih besar dibanding r tabel dan nilai signifikansi semua item variabel kurang dari 0,05 . Hal ini menyatakan bahwa seluruh indikator pada variabel kualitas sistem, *user experience*, *e-service quality*, kepuasan pelanggan dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah akurasi mengukur suatu instrumen penelitian sehingga mengetahui seberapa akurat penelitian jika dilakukan pengukuran secara berulang. Untuk mengetahui suatu kuesioner dikatakan reliabel dengan melihat nilai *cronbach alpha*. Jika *Cronbach alpha* lebih dari 0,70 maka suatu kuesioner dikatakan reliabel (Ghozali, 2016).

Tabel 4.14  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Standar Reliabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Sistem Aplikasi	0,70	0,899	Reliabel
<i>User Experience</i>	0,70	0,825	Reliabel
<i>E-Service Quality</i>	0,70	0,923	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,70	0,810	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel menunjukkan *Cronbach alpha* lebih dari 0,07. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item variabel reliabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel reliabel dengan kata lain responden menjawab secara konsisten pernyataan yang diajukan dalam kuesioner.

#### 4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam pengujian sebuah model untuk mengetahui suatu data bersifat normal atau tidak. Pengujian ini akan melihat tingkat signifikansi untuk mengetahui normalitas yang terjadi. Uji normalitas ini menggunakan uji Kolmogorov-smirnov. Jika signifikansi  $> 0,05$  maka data terdistribusi normal begitu juga sebaliknya (Ghozali, 2016).



Tabel 4.15  
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.10139848
Most Extreme Differences	Absolute		.114
	Positive		.091
	Negative		-.114
Test Statistic			.114
Asymp. Sig. (2-tailed)			.003 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.138 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.130
		Upper Bound	.147

Berdasarkan hasil uji, dapat dilihat pada nilai Monte Carlo sig 2-tailed) dimana menunjukkan hasil 0,138. Nilai tersebut lebih besar dari alpha yaitu  $0,138 > 0,05$ . Maka dapat di ambil kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan pengujian untuk melihat suatu korelasi antar variabel pada model regresi. Dalam menentukan ada atau tidak terjadi multikolinearitas pada model dapat diketahui pada nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika  $VIF < 10$  dan nilai *Tolerance*  $> 0,10$  maka data bebas multikolinearitas pada variabel independen. Jika  $VIF > 10$  dan

memiliki nilai *Tolerance*  $< 0,10$  maka terjadi multikolinearitas pada variabel independen (Ghozali, 2016).

Tabel 4.16  
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Sistem Aplikasi	0,364	2,749	Tidak terjadi Multikolinearitas
<i>User Experience</i>	0,428	2,337	Tidak terjadi Multikolinearitas
<i>E-Service Quality</i>	0,301	3,320	Tidak terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan tabel hasil di atas, dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF pada variabel kualitas sistem dengan nilai 0,364 dan 2,749. Variabel *user experience* dengan nilai 0,428 dan 2,337, dan variabel *e-service quality* dengan nilai 0,301 dan 3,320. Dari setiap variabel tersebut memiliki nilai *tolerance* dan VIF yang berbeda-beda. Ketiga variabel tersebut memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Dari variabel kualitas sistem, *user experience*, dan *e-service quality* tidak mengalami gejala multikolinearitas dimana memenuhi syarat analisis. Maka dapat disimpulkan bahwa data hasil penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah pada model regresi yang diujikan terdapat ketidaksamaan varians residual dari pengamatan yang dilakukan. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu uji gletser.

Uji ini akan melihat tabel signifikansi  $> 0,05$  yang berarti tidak adanya gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Tabel 4.17  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Sistem Aplikasi	0,802	Tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas
<i>User Experience</i>	0,084	Tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas
<i>E-Service Quality</i>	0,974	Tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas

Dari hasil olah data tersebut, dapat dilihat melalui nilai signifikansi yang dihasilkan harus lebih dari 0,05. Pada variabel kualitas sistem memiliki signifikansi  $0,802 > 0,05$ . Variabel *user experience* menunjukkan signifikansi  $0,084 > 0,05$ . Variabel *e-service quality* memiliki signifikansi  $0,974 > 0,05$ . Dari tabel 4.10 diperoleh bahwa semua variabel memiliki tingkat signifikansi di atas 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

### 4.3.3 Hasil Uji Ketepatan Model

#### 1. Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh antar variabel yang dilakukan secara bersama-sama yaitu variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk melihat adanya pengaruh secara bersamaan tersebut dapat melalui nilai

signifikansi alpha kurang dari ,05 maka dikatakan berpengaruh. Selain itu, jika hasil F hitung lebih besar dari F tabel maka ketiga variabel dikatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikatnya.

Tabel 4.18  
Hasil Uji Ketepatan Model (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	233.695	3	77.898	62.270	.000 <sup>b</sup>
	Residual	120.095	96	1.251		
	Total	353.790	99			

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.11 mengatakan bahwa F hitung memiliki nilai 62,270 dan nilai signifikansinya 0,000. Nilai F hitung dinyatakan lebih besar dibanding f tabel yaitu  $62,270 > 2,70$ . Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas sistem, *user experience*, dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur suatu model regresi dalam menganalisis besarnya variasi variabel dependen. Koefisien ini akan melihat seberapa jauh variabel kualitas sistem aplikasi (X1), *user experience* (X2), dan *e-service quality* (X3) ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 4.19  
Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 <sup>a</sup>	.661	.650	1.11848

Berdasarkan tabel hasil tersebut menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,650. Hal tersebut berarti variabel kualitas sistem, *user experience*, dan *e-service quality* mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 65 %. Sedangkan 35 % sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

#### 4.3.4 Uji Hipotesis

Menguji hipotesis menggunakan uji t untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh antar variabel satu persatu atau secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk melihat adanya pengaruh tersebut maka dapat dilihat menggunakan nilai signifikansi dan t hitung. Jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan. Selain itu, jika t hitung lebih besar dibanding t tabel maka variabel memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.

Tabel 4.20  
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Variabel	T Hitung	T Tabel	Sig	Keterangan
Kualitas sistem Aplikasi	2,599	1,660	0,011	Signifikan
<i>User experience</i>	4,213	1,660	0,000	Signifikan
<i>E-Service Quality</i>	2,372	1,660	0,020	Signifikan

Nilai t hitung pada variabel kualitas sistem aplikasi sebesar 2,559 dengan tingkat signifikansi 0,11. Nilai t hitung tersebut diketahui lebih besar dibanding t tabel yaitu  $2,559 > 1,660$  dan signifikansi  $0,011 > 0,05$ . Hal ini berarti adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia.

Nilai t hitung pada variabel *user experience* sebesar 4,213 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai t hitung tersebut lebih besar dibanding t tabel yaitu  $4,213 > 1,660$ . Jika melihat signifikansi pun lebih kecil dari 0.05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Hal ini artinya bahwa *user experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia

Nilai t hitung pada variabel *e-service quality* sebesar 2,372 dengan tingkat signifikansi 0,020. Hal ini berarti t hitung lebih besar dibanding t tabel yaitu  $2,372 > 1,660$ . Dengan signifikansi  $0,020 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia. Semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan oleh Tokopedia maka semakin baik pula kepuasan pelanggannya.

#### **4.3.5 Analisis Regresi Linear Berganda**

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dimana terdapat satu variabel terikat dan 3 variabel bebas. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas sistem aplikasi (X1), *user experience* (X2), *e-service quality* (X3), dan kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 4.21  
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.592	.913		1.744	.084
	Kualitas Sistem Aplikasi	.129	.050	.256	2.599	.011
	User Experience	.373	.088	.383	4.213	.000
	E-Service Quality	.078	.033	.257	2.372	.020

Berdasarkan hasil tabel 4.21 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,592 + 0,129 X1 + 0,373 X2 + 0,078 X3$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Kualitas Sistem Aplikasi

X2 = *User Experience*

X3 = *E-Service Quality*

a = Konstanta

$\beta_1$  = Beta variabel X1

$\beta_2$  = Beta variabel X2

$\beta_3$  = Beta variabel X3

Dari hasil persamaan tersebut maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Nilai Konstanta 1,592 menyatakan bahwa kualitas sistem, *user experience*, dan *e-service quality* dianggap konstan 0, maka kepuasan pelanggan bernilai 1,592.
- b. Koefisien kualitas sistem aplikasi (X1) sebesar 0,129. Hal tersebut menunjukkan jika terjadi kenaikan kualitas sistem sebesar satu persen maka dampaknya pada kepuasan pelanggan yang meningkat sebesar 0,129.
- c. Koefisien *user experience* (X2) sebesar 0,373. Hal tersebut menunjukkan jika terjadi kenaikan *user experience* sebesar satu persen maka dampaknya pada kepuasan pelanggan yang meningkat sebesar 0,373.
- d. Koefisien *e-service quality* sebesar 0,078. Hal tersebut menunjukkan jika terjadi kenaikan *e-service quality* sebesar satu persen maka dampaknya pada kepuasan pelanggan yang meningkat sebesar 0,078.

#### **4.4 Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **4.4.1 Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Tokopedia**

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh bahwa kualitas sistem memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dilihat dari t hitung dimana lebih besar dari pada t tabel yaitu  $2,599 > 1,660$ . Maka diketahui bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dimana kualitas sistem memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam kepuasan pelanggan yang menggunakan aplikasi Tokopedia sangat memperhatikan kualitas suatu sistem. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Patalo



et al. (2021) bahwa kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudahan dalam menggunakan sistem akan mendapat respon yang positif dari pelanggan suatu aplikasi sehingga menimbulkan suatu rasa puas yang dihasilkan.

Indikator fleksibilitas pada Tokopedia meraih kepuasan pelanggan dengan adanya sifat fleksibel dan stabil yang baik dari Tokopedia saat digunakan di berbagai perangkat. Keandalan sistem Tokopedia ini menyediakan fitur yang berfungsi sebagaimana mestinya sehingga memudahkan dalam penggunaan aplikasi. Selain itu, keamanan dari history perangkat juga memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam hal ini Tokopedia mampu menyimpan segala informasi transaksi pelanggan dengan baik. Dengan baiknya suatu situs maka pelanggan mampu merasakan kualitas sistem yang baik dan lancar dalam proses pembelian sehingga kepuasan pelanggan meningkat.

#### **4.4.2 Pengaruh *User Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Tokopedia**

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai sig 0,000. Kemudian nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu  $4,213 > 1,660$ . Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman pengguna atau *user experience* ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan aplikasi Tokopedia.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Syaputra (2021) bahwa *user experience* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. *UX* ini akan berpengaruh terhadap ketertarikan dalam menggunakan suatu sistem sehingga setelah menggunakan pengguna akan mengetahui berdasarkan pengalamannya mengenai tingkat kepuasan setelah menggunakan sistem tersebut.

*Perceived Utilitarian* yang berkaitan dengan pengalaman pelanggan yang merujuk pada manfaat atas penggunaan aplikasi. Aplikasi Tokopedia ini bermanfaat bagi pelanggan serta mampu meningkatkan efisiensi pelanggan dalam berbelanja sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada *Perceived Hedonic* bahwa Tokopedia mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan sehingga pelanggan merasa puas.

#### **4.4.3 Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Tokopedia**

Berdasarkan hasil uji *t*, diperoleh bahwa *e-service quality* nilai signifikansi sebesar 0,000 dan memiliki nilai *t* hitung yang lebih besar dibanding *t* tabel yaitu  $2,372 > 0,020$ . Maka dapat diketahui adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu *e-service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian Yanto & Anjarsari (2021) bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce*. Dengan hasil tersebut maka disimpulkan semakin baik *e-service quality* yang diberikan Tokopedia maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang menggunakan Tokopedia sebagai aplikasi belanja.

Pada indikator *efficiency*, pelanggan dapat dengan mudah menemukan produk yang dicari sehingga waktu mereka lebih efisien. Pada *Fullfilment*, pelanggan memenuhi kebutuhan mereka serta dipermudah dalam melihat stok produk di toko karena Tokopedia menyediakan layanan tersebut. Pelanggan merasakan bahwa Tokopedia melindungi segala informasi mereka sehingga pelanggan tidak perlu takut tersebarnya informasi pribadi. Dalam *compentation* yaitu pengiriman barang bahwa Tokopedia selalu tepat waktu dalam mengirim barang dan adanya penawaran tukar produk jika tidak sesuai maka kepuasan pelanggan meningkat. Dalam *contact* di Tokopedia bahwa pelanggan dapat menghubungi layanan *customer service* yaitu Tokopedia Care yang buka 24 jam atau dapat juga menghubungi melalui email jika membutuhkan bantuan layanan Tokopedia. Dengan baiknya semua aspek yang membuat kepuasan pelanggan meningkat yang telah dipaparkan maka dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh secara nyata dimana *e-service quality* dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.

#### **4.4.4 Pengaruh Kualitas Sistem, *User Experience*, dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Tokopedia**

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai f hitung sebesar 62,270. Nilai f hitung tersebut lebih besar dibanding f tabel yaitu  $62,270 > 2,70$ . Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat dikatakan bahwa kualitas sistem, *user experience*, dan *e-service quality* memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini didukung oleh penelitian Achmadi & Oktrivina (2021) bahwa kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Penelitian lain

oleh Hernita et al. (2020) yang meneliti kualitas sistem dan *e-service quality* dengan hasil bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Marlius (2018) bahwa pengalaman pengguna dalam menggunakan *website* ini merasakan baik dan buruknya suatu layanan elektronik tersebut sehingga *e-service quality* ini akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan atas dasar pengalaman menggunakan mereka (Hernita et al., 2020).

Kesalahan sistem yang terjadi, pengiriman lama, respon lama ini dapat mengurangi tingkat kepuasan terhadap Tokopedia. Pemberian respon yang buruk terhadap Tokopedia ini mengakibatkan berbagai rating yang tidak baik. Selain itu, aplikasi atau situs Tokopedia ini mengalami penurunan terhadap kinerjanya sehingga berdampak pada pemberian respon yang beragam. Ketidakstabilan Tokopedia dalam mempertahankan posisi *e-commerce* terpopuler di Indonesia menjadi acuan bahwa perbaikan aplikasi menjadi hal utama demi kepuasan pelanggan.

Tokopedia perlu mengutamakan kualitas sistem dan kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang akan menghasilkan suatu pengalaman pengguna (*user experience*) yang baik sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan reputasi Tokopedia kedepannya sebagai salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas sistem aplikasi, *user experience*, dan *e-service quality* terhadap kepuasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda variabel kualitas sistem aplikasi sebesar 0,129. Hasil nilai uji t diperoleh bahwa nilai t hitung > t tabel sebesar  $2,599 > 1,660$  serta tingkat signifikansi sebesar  $0,011 < 0,05$ . Maka dapat diartikan bahwa kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Tokopedia di Soloraya.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda variabel variabel *user experience* sebesar 0,373. Hasil nilai uji t diperoleh bahwa nilai t hitung > t tabel sebesar  $4,213 > 1,660$  serta tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat diartikan bahwa *user experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Tokopedia di Soloraya.
3. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda variabel *e-service quality* sebesar 0,078. Hasil nilai uji t diperoleh bahwa nilai t hitung > t tabel sebesar  $2,372 > 1,660$  serta tingkat signifikansi sebesar  $0,020 < 0,05$ . Maka dapat

diartikan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Tokopedia di Soloraya.

4. Berdasarkan hasil analisis uji F diperoleh bahwa nilai F hitung  $>$  F tabel sebesar  $62,270 > 2,70$  serta tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan secara simultan bahwa kualitas sistem aplikasi, *user experience*, dan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Tokopedia di Soloraya.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

1. Adanya keterbatasan pada objek penelitian dimana hanya menuju pada pengguna Tokopedia sehingga hasil belum bisa digunakan untuk mengukur pada aplikasi belanja lainnya.
2. Data hasil kuesioner dipilih hanya pelanggan yang membeli 2 kali atau lebih sehingga adanya seleksi terhadap data hasil kuesioner.

## **5.3 Saran**

1. Berdasarkan indikator *perceived hedonic*, Tokopedia perlu memikirkan keunikan aplikasi ini dengan aplikasi lain agar pelanggan merasakan pengalaman secara manfaat yang didapat dan secara menyenangkan.
2. Berdasarkan indikator keandalan sistem, Tokopedia perlu memperbaiki kualitas sistem untuk menghindari kesalahan dan kerusakan ketika banyak pelanggan yang menggunakan dalam waktu bersamaan.

3. Berdasarkan indikator *responsiveness*, Tokopedia perlu merespon dengan cepat pelanggan melalui Tokopedia Care yang membutuhkan bantuan saat menggunakan aplikasi karena itu mempengaruhi kepuasan pelanggan
4. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya dan menjadi perbaikan untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik.
5. Diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan daerah yang berbeda, variasi umur yang berbeda, dan jumlah sampel yang lebih banyak sehingga mendapatkan hasil yang lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, & Oktrivina, A. (2021). The Effect of System Quality, Information Quality and Service Quality on User Satisfaction of E-Learning System. *The International Journal of Business Review (The Jobs Review)*, 4(2), 103–120. <https://doi.org/10.17509/tjr.v4i2.40483>
- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). *Jurnal Mitra Manajemen ( JMM Online )*. 4(5), 708–720.
- Alberto, M., & Martins, J. (2020). The Effect of User Experience on Customer Satisfaction on Netflix Streaming Services in Indonesia. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(7), 573–577.
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Annur, C. M. (2022). *Ini Situs E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Agustus 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>
- Antoni, Y. & F. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Toko Sumber makmur. *Jurnal Administrasi Sosial Dan Humaniora (JASIORA)*, 6(2).
- APJI. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *Apji.or.Od, June*. [apji.or.id](http://apji.or.id)
- Auliya Noor. (2022). Analisa Pengaruh Kualitas Aplikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia Menggunakan Metode PIECES Framework. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(4), 658–665. <https://doi.org/10.47065/josh.v3i4.1937>
- Ayu, S. & A. L. (2020). Jurnal Kajian Manajemen Bisnis. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(September), 114–123. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>
- Badran, O., & Al-Haddad, S. (2018). The impact of software user experience on customer satisfaction. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 21(1), 1–20.
- Berliana, M., & Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK (Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer)*, 4(2).



<https://doi.org/10.33395/remik.v4i2.10532>

- Budiarti, A. T., Wahyudi, F., & Ratnasari, N. (2022). *Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Gojek Menggunakan UX Honeycomb*. 1(2), 104–111. <https://doi.org/10.33379/jusifor.v1i2.1634>
- Chesanti, P. C., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi Pln Mobile. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(1). <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/11008/6887>
- David. (2018). Pengaruh E-service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online Grab. *Agora*, 6(2). <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/7720>
- Dhini, V. A. (2022a). *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>
- Dhini, V. A. (2022b). *Riset: Tokopedia Situs E-Commerce dengan Engagement Tertinggi di Media Sosial*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/20/riset-tokopedia-situs-e-commerce-dengan-engagement-tertinggi-di-media-sosial>
- Djarmiko, H. P. & T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Bandung. *Sosiohumanitas*, 20(2). <https://doi.org/10.36555/sosiohumanitas.v20i2.112>
- Farid, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality) Terhadap Kepuasan Konsumen Elektronik (E-Satisfaction) Melalui Kepercayaan Elektronik (E-Trust) Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Lazada Indonesia). *Skripsi UMY*. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/29422>
- Fazri, N., Maulidiyah, A., Singasatia, D., & Agus Sunandar, M. (2022). Analysis of User Experience Effect on Users of VLive Mobile Application Using the SCSI Model. *Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 2(2), 28–34.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Undip.
- Granita, I. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Sistem Aplikasi Gojek Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Teknologi Informasi (JALTI)*, 1(1), 44–51.

- Hammoud, J., Bizri, R. M., & El Baba, I. (2018). The Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence From the Lebanese Banking Sector. *SAGE Open*, 8(3). <https://doi.org/10.1177/2158244018790633>
- Hartati, E. R. (2021). *Siapa E-Commerce Nomor Satu di Indonesia? Ini Dia*. Investor.Id. <https://investor.id/business/268059/siapa-ecommerce-nomor-satu-di-indonesia-ini-dia>
- Hernita, S. J., Sidik, W., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh E-Service dan Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Pengguna Sistem E-Learning dengan Moderasi Perceived Value. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 257–264.
- Hidayat, A. & A. A. N. (2022). *Tumbuh 23 Persen, Transaksi E-commerce RI Kuartal I 2022 Rp 108,54 T*. <https://bisnis.tempo.co/read/1618978/tumbuh-23-persen-transaksi-e-commerce-ri-kuartal-i-2022-rp-10854-t>
- Hidayatuloh, S., & Aziati, Y. (2020). Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application E-Commerce Shopee Menggunakan Model Delone & Mclean. *TEKINFO*, 21(1), 73–83.
- Humairoh, N. D., & Aziz, F. (2022). Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Netflix. *EProceedings of Management*, 9(4), 2307–2319. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18318/17897>
- Husni Muharram Ritonga, Dewi Nurmasari, C. A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Idk 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Ikhsan. (2022). *15 Marketplace Online Terbesar di Indonesia (Update 2022)*. Sasana Digital.
- Indonesia, C. (2022). *Ini Dia Raja E-Commerce di Asia Tenggara, Bisa Tebak?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220602154502-37-343830/ini-dia-raja-e-commerce-di-asia-tenggara-bisa-tebak>
- Lestari, I., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2020). Pengaruh Kualitas Aplikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Kota Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 14(2), 318–322. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i2.16255>
- Linarta, W., & Wibowo, T. (2021). Studi Deskriptif Pengaruh Tampilan Grafis Pada Marketplace Case Studi: Shopee Dan Tokopedia. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1), 814–815.
- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Jurnal Manajemen*

- Dan Bisnis*, 7(1). [publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/download/7800/7033%0A](http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/download/7800/7033%0A)
- Mappadeceng, A. I. ; R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Toko On Line Buka Lapak. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 3(2).
- Patalo, R. G., Rachmawati, I. K., Alvianna, Stella, D., & Hidayatullah, S. (2021). Analisis Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sosial Media Instagram Pada Akun @bbtnbromotenggersemeru. *Seminar Nasional Kepariwisataaan*, 2(1), 65–77.
- Prapanca, E. P. E. W. & A. (2022). Analisis User Experience Terhadap Kepuasan. *Jurnal Education and Development*, 10(2).
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalama Persaingan Bisnis Kontemporer*. CV ALFABETA.
- Putri, N. A. F., & Hanifa, F. H. (2019). Analisis E-Service Quality Pada Myindihome Mobile Application (Studi Pada Pengguna Myindihome Mobile Application Di Kota Bandung Tahun 2019). *EProceedings ...*, 5(2), 476–485. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/10055>
- Rachmawati, M. Y. & I. (2017). Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Operator Seluler Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 4(2).
- Rakhmadian, M., Hidayatullah, S., & Respati, H. (2017). Analisis Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pemakai Sistem Informasi Akademik Dosen. *Seminar Nasional Sistem Informasi UNMER Malang*, 665–675.
- Ramli, R. R. (2022). *Tokopedia Masuk Daftar Perusahaan Terbaik Untuk Bekerja Bagi para Inovator*.
- Rizaty, M. A. (2021). *Gratis Ongkir Jadi Faktor Utama E-Commerce Tetap Digemari Konsumen*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/30/gratis-ongkir-jadi-faktor-utama-e-commerce-tetap-digemari-konsumen>
- Saadillah, F., & Siregar, E. H. (2019). Pengaruh User Experience terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Z pada Sistem Pemesanan Mcdelivery Mobile Application di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 10(2), 92–101.
- Santoso, A. R. ; S. B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of management*,

7(2), 1–14.

- Septiani, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2). <https://doi.org/10.12928/fokus.v10i2.2886>
- Setiawan, E., & Septiani, S. (2018). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 2(1). <https://doi.org/10.26805/jmkli.v2i1.24>
- Similarweb. (2023). *Top Shopping Free Apps Ranking - Most Popular Apps in Indonesia*. Similarweb. <https://www.similarweb.com/apps/top/google/store-rank/id/shopping/top-free/>
- Siregar, A. (2022). *Tokopedia Care, Kembangkan Layanan untuk Puaskan Pelanggan*. IDN Times. <https://www.idntimes.com/business/economy/ananta-fitri/tokopedia-care-kembangkan-layanan-untuk-puaskan-pelanggan?page=all>
- Sodik, S. S. & A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1. *Dasar Metodologi Penelitian*, 1–109.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. CV ALFABETA.
- Suprobo, H. Y. (2022). *Pada 2021, Transaksi Tokopedia Dikuasai Jateng dan Solo*. <https://www.idntimes.com/business/economy/hafit-yudi-suprobo-1/pada-2021-transaksi-tokopedia-dikuasai-jateng-dan-solo>
- Syahputra, E. (2022). *Perang E-Commerce Shopee, Tokopedia & Lazada, Siapa Juaranya?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220605111737-37-344437/perang-e-commerce-shopee-tokopedia-lazada-siapa-juaranya>
- Syaputra, M. A. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Journal of Information System, Informatics and Computing*, 5(2). <https://doi.org/10.52362/jisicom.v5i2.613>
- Tegar Maulidi Putra, Asep M. Ramdan, F. M. (2019). Analisis E-Service Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Website. *Journal of Business, Management and Accounting*, 1(1). [http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS\\_](http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_)

- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *Agora*, 6(1), 1–10.
- Tokopedia. (n.d.). *About Us*. Tokopedia. <https://www.tokopedia.com/about/>
- Tokopedia. (2022). *Rating dan Ulasan*. Gogle Play Store.
- Tulodo, B. A. R., & Solichin, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Care dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. Malacca Trust Wuwungan Insurance, Tbk.). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 25–43.
- Vicramaditya, P. B. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Grabbike. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 325. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2379>
- Wibowo, S. F., Raidah, R. A., & Rahmi. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Service Value terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 148–166. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/11008/6887>
- Wijaksana, C. A. I. & T. I. (2020). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sitem E-Learning. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(3).
- Wiwesa, N. R. (2021). User Interface dan User Experience Untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2).
- Yanto, R. T. Y., & Anjarsari, A. D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce ( Studi Kasus Pengguna Toko Online Shopee ). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1).

# LAMPIRAN



## Lanjutan Jadwal Penelitian

No	Bulan Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																
2	Konsultasi																
3	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal																
4	Ujian Seminar Proposal																
5	Revisi Proposal																
6	Pengumpulan Data	X	X	X													
7	Analisis Data				X	X	X										
8	Penulisan Akhir Naskah Skripsi							X	X	X	X						
9	Pendaftaram Munaqosah											X					
10	Munaqosah													X			
11	Revisi Skripsi														X	X	



## Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

### **Kuesioner Penelitian**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan nama saya Afika Zuluzmi mahasiswi prodi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang sedang melakukan penelitian dengan judul " Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi, *User Experience*, Dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Tokopedia Di Solo Raya."

Adapun kriteria khusus yang sudah ditentukan dalam mengisi kuesioner ini, yaitu:

1. Generasi Z (usia 10-24 tahun)
2. Bertempat tinggal di Solo Raya.
3. Pernah atau sedang menggunakan Tokopedia sebagai aplikasi belanja.

Untuk itu, saya memohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuisisioner ini dengan jujur dan sebenar-benarnya. Seluruh data yang terkumpul akan digunakan untuk kepentingan penelitian, dan akan dijaga kerahasiannya. Atas perhatian, waktu, dan partisipasi yang Anda berikan, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

## A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

No. telp/WA :

Jenis Kelamin :  Perempuan

Laki-laki

Umur :

Tempat Tinggal :  Kabupaten Boyolali

Kabupaten Klaten

Kabupaten Sukoharjo

Kabupaten Wonogiri

Kabupaten Karanganyar

Kabupaten Sragen

Surakarta

Frekuensi menggunakan Tokopedia :  1 kali

2 kali

> 2 kali

## B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab.
2. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban disetiap pertanyaan.
3. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda centang (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Anda.
4. Adapun makna dari tanda tersebut adalah sebagai berikut :
  - a. Semakin mendekati angka 4 menunjukkan anda semakin sangat setuju
  - b. Semakin mendekati angka 1 menunjukkan anda semakin sangat tidak setuju

## C. DAFTAR PERTANYAAN

### 1. Variabel Kualitas Sistem Aplikasi

NO	Pertanyaan	Skala			
		STS	TS	S	SS
	<b>Fleksibilitas</b>				
1	Sistem Tokopedia stabil di semua perangkat				
2	Sistem Tokopedia ini fleksibel				
	<b>Kemudahan Penggunaan</b>				
3	Tampilan menu pada antarmuka Tokopedia mudah dipahami				

4	<i>Step by step</i> sistem Tokopedia mudah digunakan				
	<b>Keandalan Sistem</b>				
5	Sistem tidak pernah eror walaupun saat banyak orang yang menggunakan Tokopedia				
6	Semua fitur menu di Tokopedia berfungsi dengan baik				
	<b>Keamanan</b>				
7	Transaksi <i>history</i> tidak akan hilang				
8	Pengguna dapat melihat <i>report</i> transaksi <i>history</i>				

## 2. Variabel *User Experience*

NO	Pertanyaan	Skala			
		STS	TS	S	SS
	<b><i>Perceived Utilitarian</i></b>				
9	Aplikasi Tokopedia sangat bermanfaat bagi saya				
10	Aplikasi Tokopedia meningkatkan efisiensi saya dalam berbelanja				
	<b><i>Perceived Hedonic</i></b>				
11	Aplikasi Tokopedia memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi saya				

12	Saya merasa aplikasi Tokopedia memiliki keunikan yang berbeda dari <i>e-commerce</i> lain				
----	---	--	--	--	--

### 3. Variabel *E-Service Quality*

NO	Pertanyaan	Skala			
		STS	TS	S	SS
	<b><i>Efficiency</i></b>				
13	Saya bisa menemukan produk yang saya cari di Tokopedia				
14	Saya merasa bisa menghemat waktu ketika berbelanja online di Tokopedia				
	<b><i>Fullfilment</i></b>				
15	Ketersediaan stok produk dalam tertera pada setiap toko di Tokopedia				
16	Kebutuhan saya terpenuhi dengan berbelanja di Tokopedia				
	<b><i>Reliability</i></b>				
17	Transaksi dilakukan dengan mudah dan cepat				
18	Aplikasi Tokopedia tidak mengalami eror				
	<b><i>Privacy</i></b>				
19	Tokopedia melindungi informasi tentang aktivitas belanja saya				

20	Tokopedia melindungi informasi transaksi saya (kartu kredit/debit, alamat, dan lain sebagainya)				
	<b><i>Responsiveness</i></b>				
21	Tokopedia dapat mengatasi masalah yang dialami pelanggan				
22	Pertanyaan-pertanyaan Pelanggan dijawab dengan cepat oleh Tokopedia				
	<b><i>Compenation</i></b>				
23	Tokopedia tepat waktu dalam mengantar barang				
24	Tokopedia menawarkan return/tukar produk jika tidak sesuai				
	<b><i>Contact</i></b>				
25	Layanan Call Center atau Tokopedia Care buka 24 jam				
26	Pelanggan dapat menghubungi layanan Tokopedia Care melalui aplikasi atau dapat melalui email jika dibutuhkan/terdapat masalah.				

## 4. Variabel Kepuasan Pelanggan

NO	Pertanyaan	Skala			
		STS	TS	S	SS
	<b>Kesesuaian Harapan</b>				
27	Tokopedia memberikan pelayanan yang baik				
28	Kemudahan penggunaan dari aplikasi Tokopedia sesuai dengan harapan pelanggan				
	<b>Minat Berkunjung Kembali</b>				
29	Jika saya membutuhkan produk yang dapat dibeli secara online, maka saya akan menggunakan Tokopedia kembali				
	<b>Kesediaan Merekomendasikan</b>				
30	Saya akan merekomendasikan Tokopedia sebagai tempat berbelanja ke orang lain				

## Lampiran 3 Data Responden Penelitian

<b>Nama</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Umur (tahun)</b>	<b>Tempat Tinggal</b>	<b>Frekuensi menggunakan Tokopedia</b>
Ananda Rulyagustin	Perempuan	18-25	Karanganyar	> 2 kali
Ravena Zahra	Perempuan	18-25	Boyolali	2 kali
Lisa Febriana	Perempuan	18-25	Karanganyar	> 2 kali
Ridzky Cahya	Perempuan	18-25	Karanganyar	> 2 kali
Rarastika Diyah Ayu Ningtyas	Perempuan	18-25	Karanganyar	2 kali
Esti Woro	Perempuan	18-25	Sragen	> 2 kali
Dinar Argi Yuliasuti	Perempuan	18-25	Karanganyar	2 kali
Viky Purnandari	Perempuan	18-25	Sukoharjo	2 kali
Tantia Purwanti	Perempuan	18-25	Karanganyar	2 kali
Zahrotun Arum Sariyanti	Perempuan	18-25	Karanganyar	> 2 kali
Mugia	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
Kurnia Yuliani	Perempuan	18-25	Sragen	> 2 kali
Zakia N R P	Perempuan	18-25	Boyolali	> 2 kali
Etik Susanti	Perempuan	18-25	Boyolali	> 2 kali
Muzayyanah	Perempuan	18-25	Sukoharjo	> 2 kali
Arina	Perempuan	18-25	Boyolali	> 2 kali
Lisa	Perempuan	18-25	Sukoharjo	2 kali
Uutiya	Perempuan	18-25	Sukoharjo	2 kali
Vivi Ida Mardiana	Perempuan	18-25	Boyolali	> 2 kali
Nikma	Perempuan	18-25	Sragen	2 kali
Indah Noviyanti	Perempuan	18-25	Surakarta	2 kali
Audya Cindy Ramadani	Perempuan	18-25	Boyolali	> 2 kali



Octavia Nur	Perempuan	18-25	Karanganyar	2 kali
Afidah Zulfa Janah	Perempuan	18-25	Boyolali	> 2 kali
Meilani Nur Zakiah	Perempuan	18-25	Sukoharjo	2 kali
Rofiq Romadhona	Laki-laki	18-25	Sragen	> 2 kali
Diana Prasasti	Perempuan	18-25	Klaten	> 2 kali
Ruri Ningrum	Perempuan	18-25	Klaten	> 2 kali
Sidiq Dwi Prasetyo	Laki-laki	18-25	Sukoharjo	> 2 kali
Devira Diah Prastika	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
Aditia Saputra	Laki-laki	18-25	Sragen	> 2 kali
Abdul Fakhir Al Amin	Laki-laki	18-25	Sragen	2 kali
Sekar	Perempuan	18-25	Sukoharjo	2 kali
Arif Bagus Fauzan	Laki-laki	18-25	Surakarta	> 2 kali
Nora Yunita Sari	Perempuan	18-25	Klaten	> 2 kali
Lusiana Ayu Pratiwi	Perempuan	18-25	Klaten	2 kali
Indri Maulini	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
Dina	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
Safira	Perempuan	18-25	Wonogiri	> 2 kali
Desy Rahmawati	Perempuan	18-25	Wonogiri	> 2 kali
Aldi	Laki-laki	18-25	Wonogiri	> 2 kali
Tifani Dita Octariani	Perempuan	18-25	Wonogiri	> 2 kali
Yolanda Rindiani Clarisa	Perempuan	18-25	Wonogiri	> 2 kali
Nova Yunita Sari	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
Risma Febita Lestari	Perempuan	18-25	Surakarta	2 kali
Puput Putri Putranta	Perempuan	18-25	Wonogiri	> 2 kali
Yanda	Perempuan	18-25	Wonogiri	> 2 kali
Ari Joko	Perempuan	18-25	Wonogiri	2 kali
Heri	Laki-laki	18-25	Wonogiri	2 kali
Ilham Adhi Syahputra	Laki-laki	18-25	Sukoharjo	> 2 kali
Winnie Dewi Puspita	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali

Miftah Azkia	Perempuan	18-25	Sukoharjo	> 2 kali
Meliana	Perempuan	18-25	Sukoharjo	> 2 kali
Nofita Dini Umiatul Ilmi	Perempuan	18-25	Sukoharjo	> 2 kali
Fauziyah Riyanti Agustina	Perempuan	18-25	Boyolali	> 2 kali
Farisa Nur Cahya Jati	Perempuan	18-25	Karanganyar	2 kali
Pratiwi Aulia Sutarno	Perempuan	18-25	Karanganyar	> 2 kali
Dewi	Perempuan	18-25	Sukoharjo	> 2 kali
Sindi Dm	Perempuan	18-25	Sukoharjo	> 2 kali
Rima Dwi	Perempuan	18-25	Sukoharjo	2 kali
Marcilia	Perempuan	18-25	Karanganyar	2 kali
Ira Maya Pitaloka	Perempuan	18-25	Karanganyar	2 kali
Syafi'i Hasan Rahmadi	Laki-laki	18-25	Sukoharjo	2 kali
Alan	Laki-laki	18-25	Boyolali	2 kali
Syarif Hidayatullah	Laki-laki	18-25	Klaten	2 kali
Rizky	Laki-laki	18-25	Boyolali	> 2 kali
Zahra	Perempuan	18-25	Klaten	> 2 kali
Biyyu	Laki-laki	18-25	Boyolali	2 kali
Chandrika Zia A	Perempuan	18-25	Klaten	> 2 kali
Ayuni Ardha Ulinuha	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
April	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
Tatiana Fara	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
Carissa Andina	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
Desi Rizky	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
Meitri Widya	Perempuan	18-25	Sragen	> 2 kali
Nanda Silvia	Perempuan	18-25	Wonogiri	> 2 kali
Ken	Perempuan	18-25	Klaten	2 kali

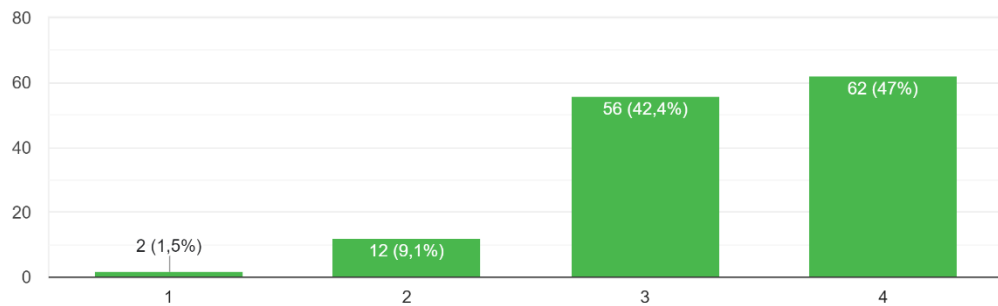
Yeni	Perempuan	18-25	Klaten	2 kali
Dabin	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
Ilmayasari	Perempuan	18-25	Sragen	> 2 kali
Melansari Delia	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
Nadilla Amalina	Perempuan	18-25	Karanganyar	> 2 kali
Bram	Laki-laki	10-17	Karanganyar	2 kali
Lena Endriana	Perempuan	18-25	Klaten	> 2 kali
Alvina Rosyada Al Anis	Perempuan	18-25	Surakarta	> 2 kali
Bunga Ramadhani	Perempuan	18-25	Surakarta	2 kali
Ardhia Arisanti	Perempuan	18-25	Karanganyar	> 2 kali
Dana	Laki-laki	18-25	Klaten	2 kali
Noor Afela Salsabila	Perempuan	18-25	Surakarta	2 kali
Fawwaz	Laki-laki	18-25	Surakarta	> 2 kali
Intan Panca A	Perempuan	18-25	Karanganyar	> 2 kali
Risma Wudta	Perempuan	18-25	Karanganyar	> 2 kali
Fauzan Ramadhani	Laki-laki	18-25	Surakarta	> 2 kali
Avicena	Laki-laki	18-25	Sragen	> 2 kali
Praditya Lila	Perempuan	18-25	Boyolali	> 2 kali
Klara Adita	Perempuan	18-25	Surakarta	2 kali
Kimberly	Perempuan	18-25	Wonogiri	2 kali
Devita M. A. S	Perempuan	18-25	Sragen	> 2 kali
Fimika Asri Nuraini	Perempuan	18-25	Sukoharjo	2 kali
Salma Rabbani	Perempuan	18-25	Wonogiri	2 kali

## Lampiran 4 Grafik Pilihan Jawaban Responden melalui Gform (132 data)

## Kualitas Sistem Aplikasi (X1)

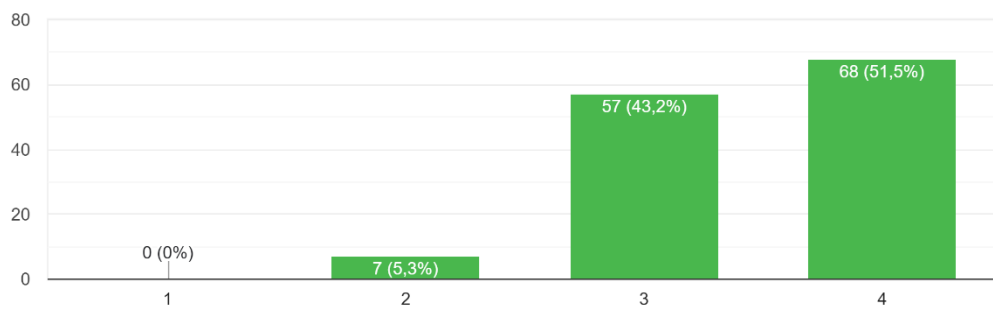
Sistem Tokopedia stabil di semua perangkat

132 jawaban



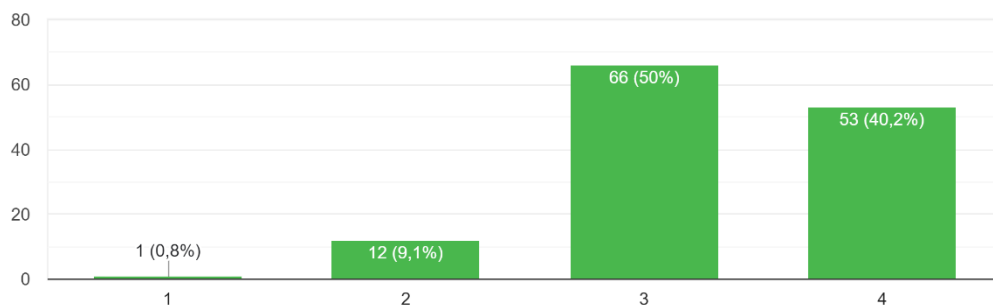
Sistem Tokopedia ini fleksibel

132 jawaban



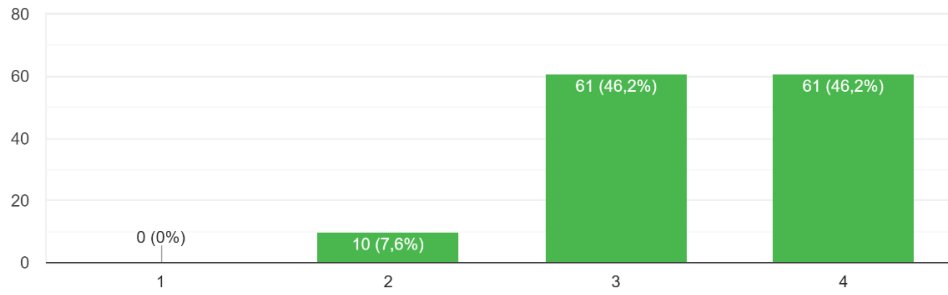
Tampilan menu pada antarmuka Tokopedia mudah dipahami

132 jawaban



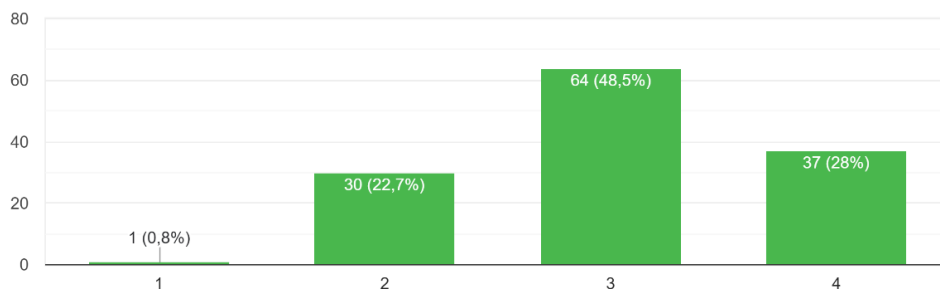
### Step by step sistem Tokopedia mudah digunakan

132 jawaban



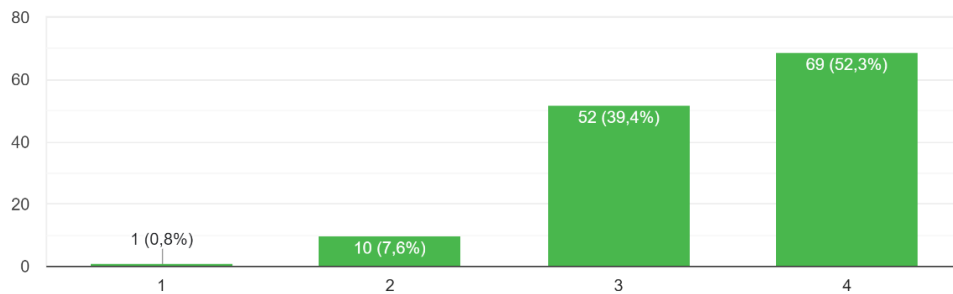
### Sistem tidak pernah eror walaupun saat banyak orang yang menggunakan Tokopedia

132 jawaban



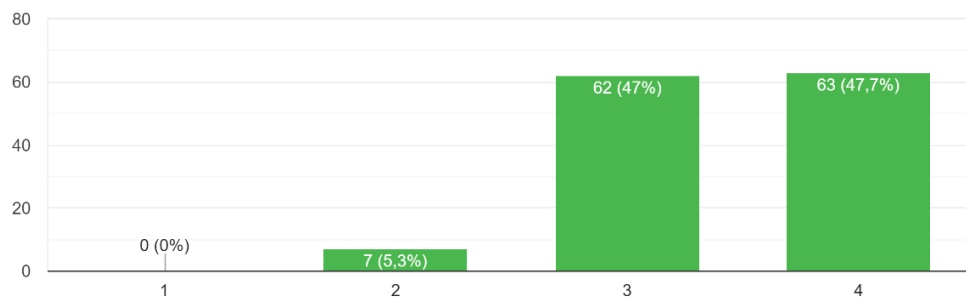
### Semua fitur menu di Tokopedia berfungsi dengan baik

132 jawaban



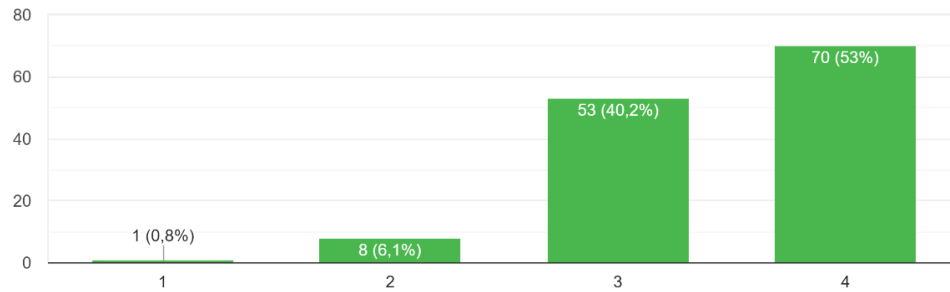
### Transaksi history tidak akan hilang

132 jawaban



Pengguna dapat melihat report transaksi history

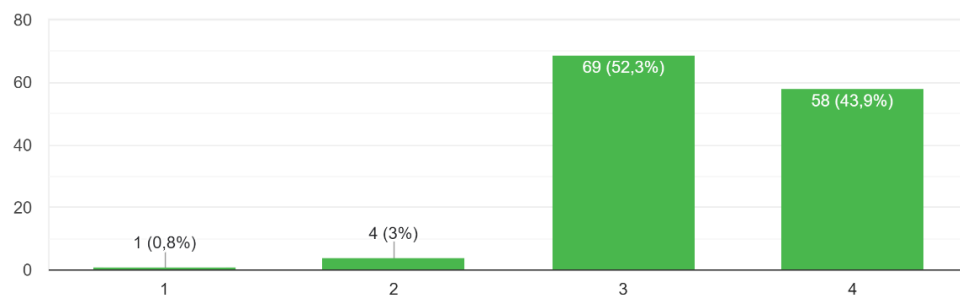
132 jawaban



## User Experience (X2)

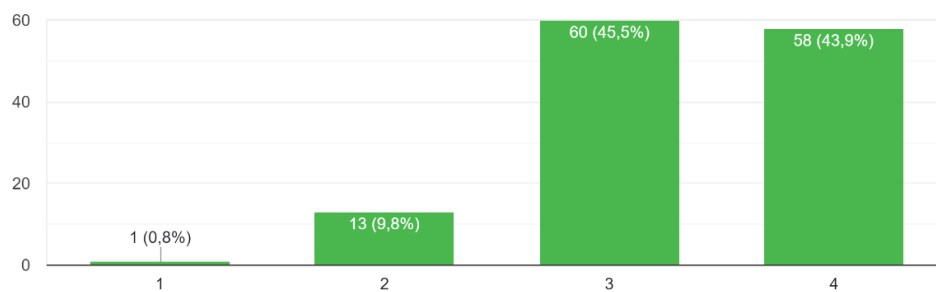
Aplikasi Tokopedia sangat bermanfaat bagi saya

132 jawaban



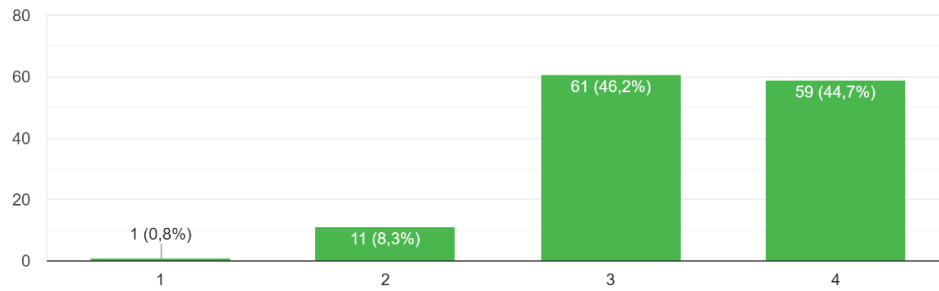
Aplikasi Tokopedia meningkatkan efisiensi saya dalam berbelanja

132 jawaban



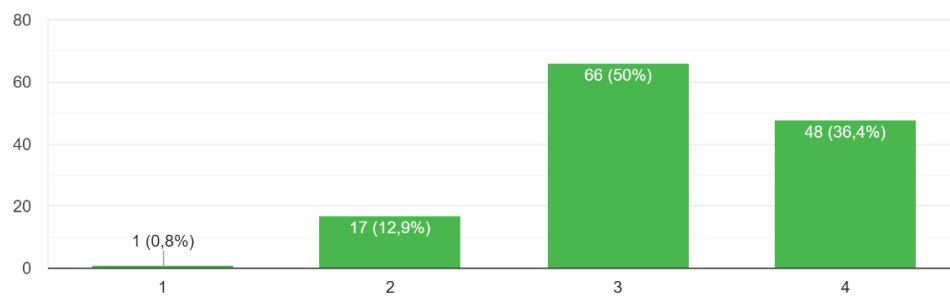
Aplikasi Tokopedia memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi saya

132 jawaban



Saya merasa aplikasi Tokopedia memiliki keunikan yang berbeda dari e-commerce lain

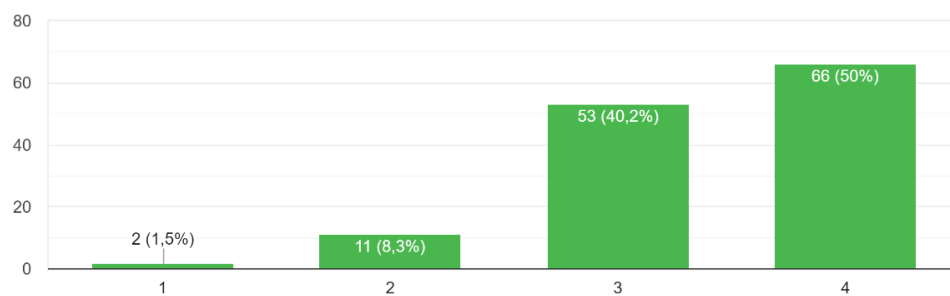
132 jawaban



### *E-Service Quality (X3)*

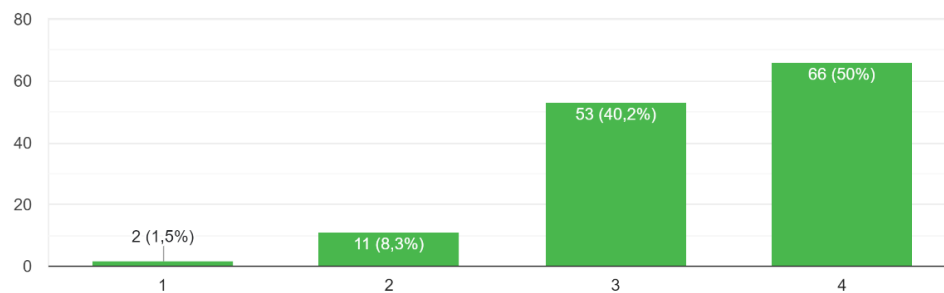
Saya bisa menemukan produk yang saya cari di Tokopedia

132 jawaban



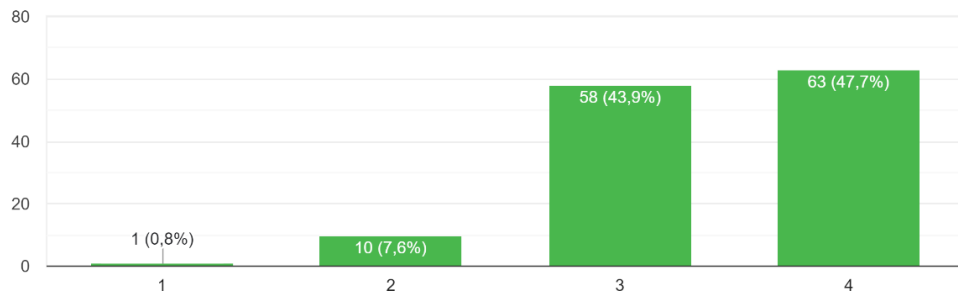
Saya merasa bisa menghemat waktu ketika berbelanja online di Tokopedia

132 jawaban



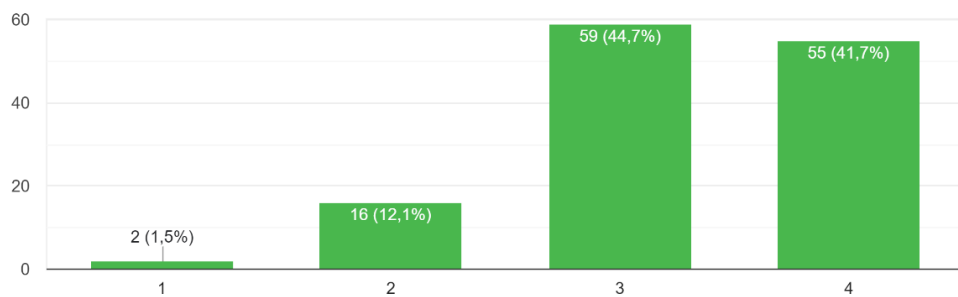
## Ketersediaan stok produk dalam tertera pada setiap toko di Tokopedia

132 jawaban



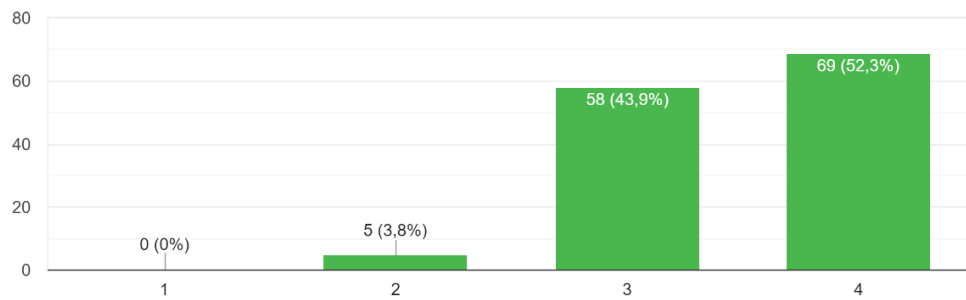
## Kebutuhan saya terpenuhi dengan berbelanja di Tokopedia

132 jawaban



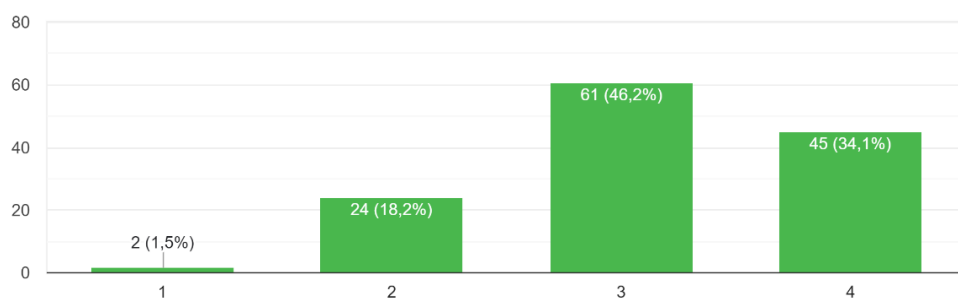
## Transaksi dilakukan dengan mudah dan cepat

132 jawaban



## Aplikasi Tokopedia tidak mengalami eror

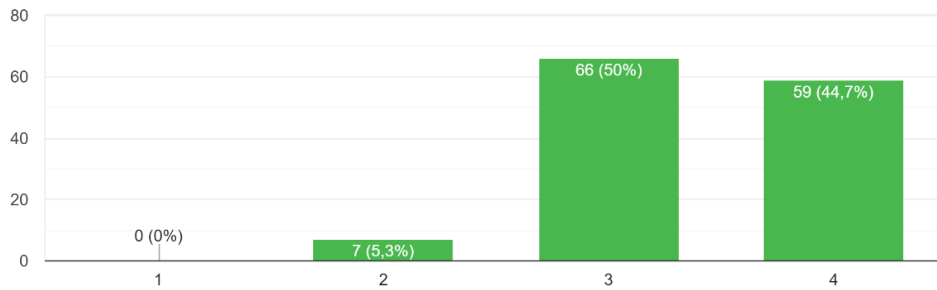
132 jawaban





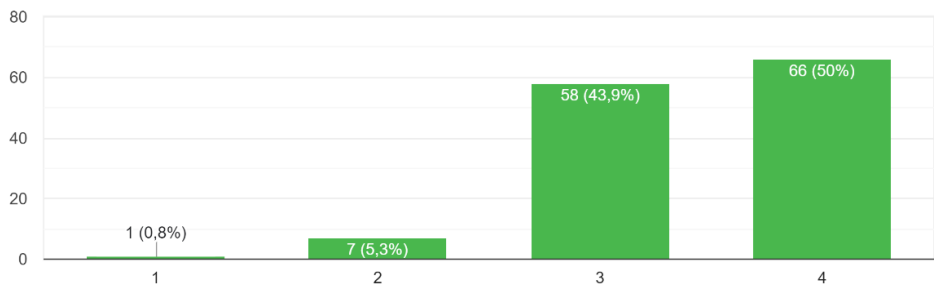
### Tokopedia melindungi informasi tentang aktivitas belanja saya

132 jawaban



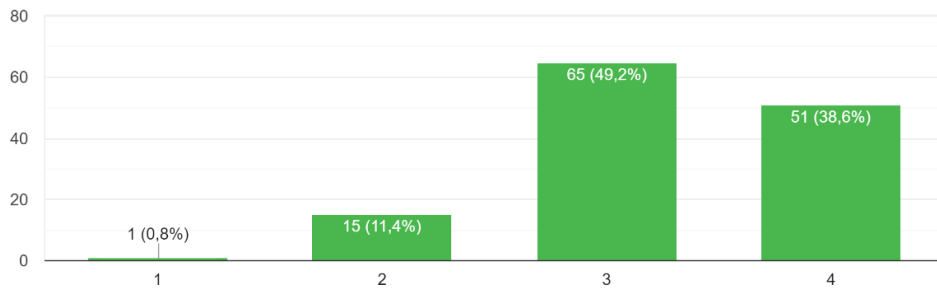
### Tokopedia melindungi informasi transaksi saya (kartu kredit/debit, alamat, dan lain sebagainya)

132 jawaban



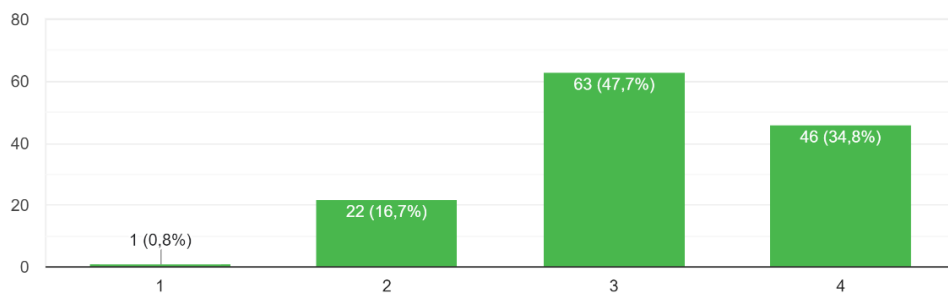
### Tokopedia dapat mengatasi masalah yang dialami pelanggan

132 jawaban



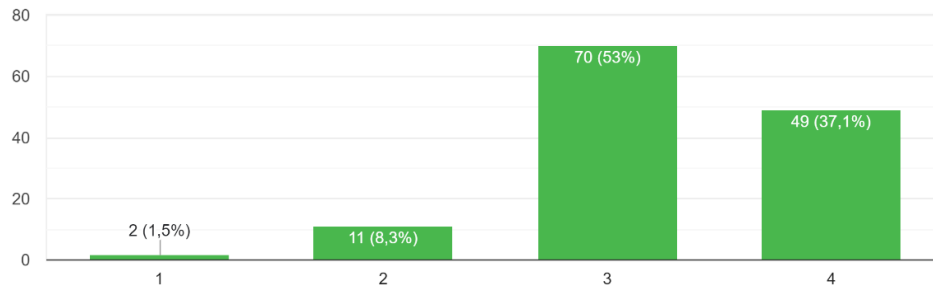
### Pertanyaan-pertanyaan Pelanggan dijawab dengan cepat oleh Tokopedia

132 jawaban



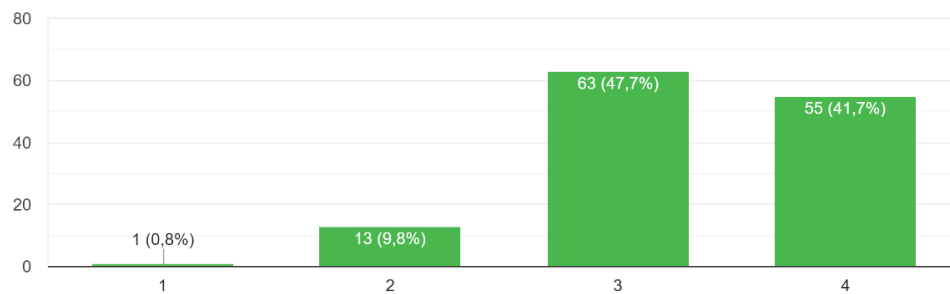
## Tokopedia tepat waktu dalam mengantar barang

132 jawaban



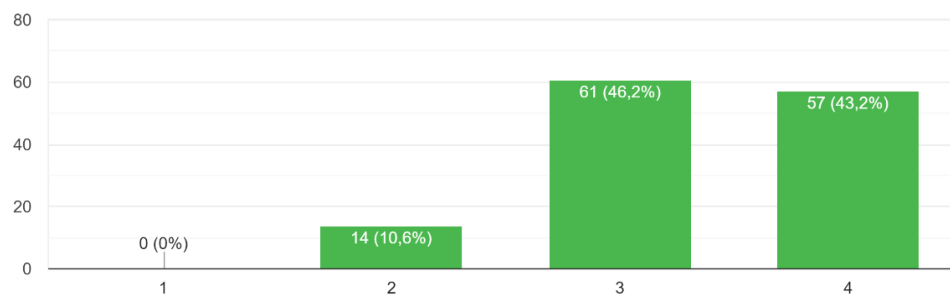
## Tokopedia menawarkan return/tukar produk jika tidak sesuai

132 jawaban



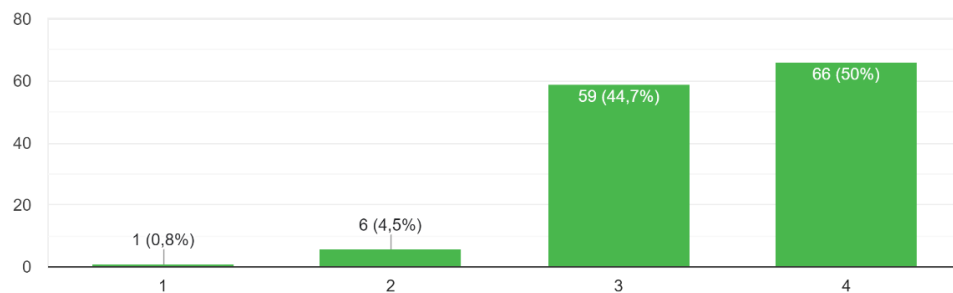
## Layanan Call Center atau Tokopedia Care buka 24 jam

132 jawaban



## Pelanggan dapat menghubungi layanan Tokopedia Care melalui aplikasi atau dapat melalui email jika dibutuhkan/terdapat masalah.

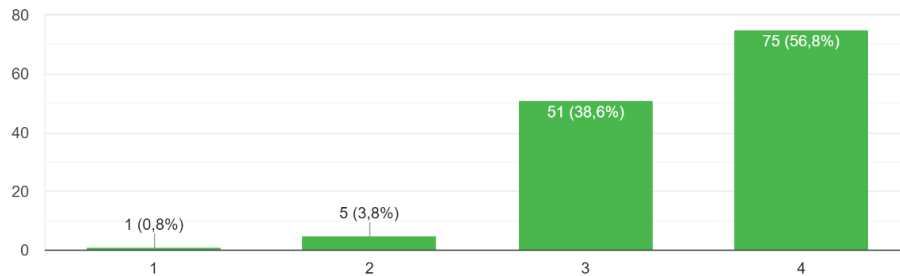
132 jawaban



## Kepuasan Pelanggan (Y)

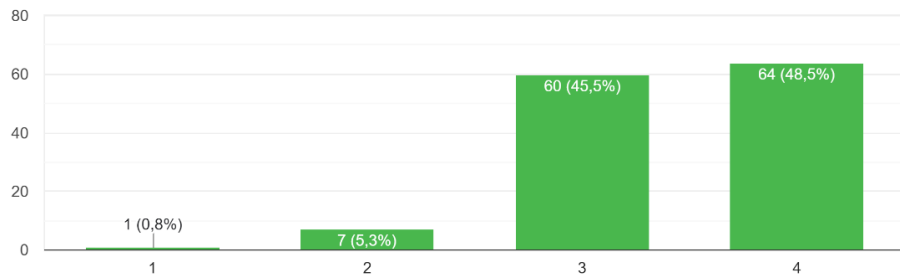
Tokopedia memberikan pelayanan yang baik

132 jawaban



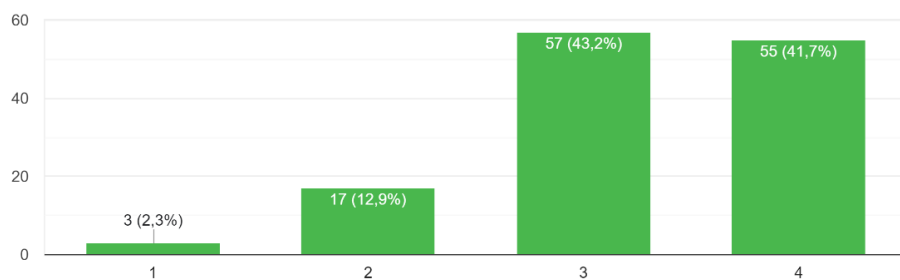
Kemudahan penggunaan dari aplikasi Tokopedia sesuai dengan harapan pelanggan

132 jawaban



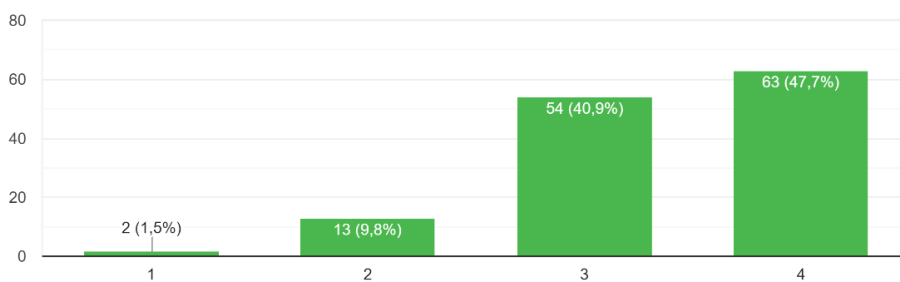
Jika saya membutuhkan produk yang dapat dibeli secara online, maka saya akan menggunakan Tokopedia kembali

132 jawaban



Saya akan merekomendasikan Tokopedia sebagai tempat berbelanja ke orang lain

132 jawaban



## Lampiran 5 Rekap Data Hasil Kuesioner

## Kualitas Sistem Aplikasi (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	2	3	3	3	3	4	4	2	24
3	3	3	3	3	3	3	4	4	26
4	3	3	3	3	2	3	3	3	23
5	3	3	3	3	3	3	3	3	24
6	4	4	3	4	3	4	4	4	30
7	3	3	3	3	3	4	3	4	26
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	3	3	3	4	3	3	4	4	27
10	4	4	4	4	3	4	4	4	31
11	3	3	3	3	3	3	3	3	24
12	3	3	4	2	3	4	3	3	25
13	2	3	3	3	2	3	4	3	23
14	4	4	4	4	3	4	4	4	31
15	3	3	3	3	3	3	3	3	24
16	4	4	4	4	3	4	4	4	31
17	2	2	2	2	2	3	2	2	17
18	4	4	3	3	3	4	4	4	29
19	3	3	4	4	2	4	4	4	28
20	4	4	4	4	3	4	3	4	30
21	4	4	4	4	3	4	4	4	31
22	3	3	3	3	2	3	2	3	22
23	4	4	4	4	3	4	4	4	31
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	4	4	4	3	4	4	4	4	31
26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
27	3	3	3	3	4	3	3	3	25
28	4	4	4	4	3	4	3	3	29
29	4	4	3	4	4	3	3	4	29
30	3	2	2	3	3	3	3	3	22
31	4	4	3	3	4	4	3	3	28
32	1	3	4	3	2	2	3	3	21
33	3	4	4	4	2	3	3	4	27
34	4	4	3	3	3	4	4	4	29
35	4	3	3	4	3	4	4	4	29

36	4	4	3	3	3	3	3	3	26
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	4	3	3	3	2	2	3	3	23
39	3	3	3	3	2	2	3	3	22
40	3	3	3	3	3	3	3	3	24
41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
42	4	4	4	4	3	3	4	4	30
43	3	4	4	4	4	4	4	4	31
44	3	4	3	4	4	4	4	4	30
45	4	3	3	3	3	4	3	3	26
46	3	3	3	3	2	3	3	3	23
47	4	4	4	4	3	3	4	4	30
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	3	3	3	3	2	4	4	4	26
50	3	3	3	3	3	3	3	3	24
51	3	3	3	3	3	3	3	3	24
52	3	4	4	4	3	4	4	3	29
53	4	3	3	3	3	4	3	3	26
54	3	3	2	3	1	2	3	3	20
55	3	4	3	4	4	4	3	4	29
56	3	3	3	3	2	3	3	3	23
57	4	4	3	3	3	4	3	3	27
58	3	3	3	3	3	4	3	3	25
59	4	4	3	3	4	4	3	3	28
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	4	4	3	3	4	4	4	4	30
62	3	3	3	3	2	2	2	2	20
63	3	3	3	3	3	3	3	3	24
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	4	4	4	4	4	4	4	3	31
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67	3	3	2	3	2	2	3	2	20
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	4	4	3	4	4	4	4	4	31
70	4	4	2	4	3	4	4	4	29
71	3	3	3	3	3	3	3	4	25
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	4	3	3	3	4	3	3	4	27
75	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	4	4	3	3	3	4	4	4	29

77	2	2	3	3	2	2	2	2	18
78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79	4	4	4	4	3	3	3	3	28
80	4	3	4	4	4	4	4	4	31
81	4	3	4	4	3	3	3	4	28
82	3	4	3	3	3	3	4	4	27
83	3	4	3	4	3	3	4	3	27
84	4	4	4	4	3	4	4	4	31
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	4	4	4	4	3	4	4	4	31
87	4	4	4	4	3	4	4	4	31
88	3	4	3	3	4	4	2	3	26
89	3	4	3	3	2	3	3	4	25
90	3	4	3	4	3	4	4	4	29
91	4	4	4	4	3	4	4	4	31
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	3	3	3	3	2	3	3	4	24
94	4	4	4	4	3	4	4	4	31
95	2	3	3	4	2	3	4	4	25
96	3	3	3	3	2	3	4	4	25
97	4	4	4	3	3	4	3	3	28
98	3	3	3	3	3	3	3	3	24
99	3	3	3	2	2	3	3	3	22
100	3	3	3	4	3	4	3	3	26

## User Experience (X2)

No	X2.1	X2.1	X2.3	X2.4	TOTAL
1	4	4	4	4	16
2	3	3	3	3	12
3	4	3	3	3	13
4	3	3	3	3	12
5	3	3	3	3	12
6	4	3	4	4	15
7	4	4	4	3	15
8	4	3	4	4	15
9	2	2	3	3	10
10	4	4	4	4	16
11	3	3	3	3	12

12	4	3	4	3	14
13	3	4	3	3	13
14	3	4	4	4	15
15	3	3	3	3	12
16	3	3	3	3	12
17	2	2	2	3	9
18	3	3	4	3	13
19	4	4	4	2	14
20	4	4	4	4	16
21	3	3	3	4	13
22	3	3	3	3	12
23	3	3	3	3	12
24	4	4	4	4	16
25	4	4	3	4	15
26	3	3	3	3	12
27	3	3	3	3	12
28	4	4	4	4	16
29	4	3	3	4	14
30	3	2	2	2	9
31	4	3	4	3	14
32	3	3	3	4	13
33	3	3	3	3	12
34	4	4	4	4	16
35	3	4	4	2	13
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	3	2	3	2	10
39	3	4	3	2	12
40	3	3	3	3	12
41	3	3	3	2	11
42	3	3	4	4	14
43	4	3	3	3	13
44	3	3	3	3	12
45	3	4	4	4	15
46	3	3	3	3	12
47	3	4	3	2	12
48	4	3	4	4	15
49	3	3	3	3	12
50	3	3	3	2	11
51	3	3	3	3	12
52	4	4	3	4	15

53	4	4	4	3	15
54	3	2	2	3	10
55	4	3	3	3	13
56	3	3	3	3	12
57	4	3	3	4	14
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	3	15
60	4	4	4	4	16
61	3	3	4	3	13
62	3	3	3	3	12
63	3	3	3	3	12
64	4	4	4	4	16
65	3	3	3	3	12
66	4	4	4	4	16
67	3	3	2	3	11
68	4	4	4	4	16
69	3	4	4	3	14
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	3	15
72	4	4	4	4	16
73	4	4	4	4	16
74	3	3	3	3	12
75	3	4	4	4	15
76	3	4	3	3	13
77	2	2	2	3	9
78	4	3	3	3	13
79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	4	16
81	3	3	3	3	12
82	4	4	3	4	15
83	3	4	3	3	13
84	4	4	4	3	15
85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16
88	3	3	4	4	14
89	3	4	4	2	13
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	3	15
93	4	4	4	4	16





27	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	39
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
29	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	50
30	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	4	40
31	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	51
32	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	3	39
33	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	45
34	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
35	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
37	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	51
38	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	39
39	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	1	2	3	39
40	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	39
41	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	40
42	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	49
43	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	52
44	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	54
45	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	41
46	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	41
47	3	4	4	4	4	2	3	2	4	3	3	2	3	3	44
48	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
49	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	47
50	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	40
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
52	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	39
53	4	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	43
54	2	3	3	2	3	1	4	4	2	2	2	2	4	3	37
55	4	2	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	48
56	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	36
57	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	45
58	3	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	48
59	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	2	4	49
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
61	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	4	3	4	47
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	41
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
64	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
65	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	50
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
67	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	37

68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
69	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	54
70	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	51
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
74	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	48
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
76	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	49
77	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
78	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	51
79	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	55
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
81	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	47
82	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	47
83	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	48
84	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	54
85	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	55
86	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
88	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	46
89	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	46
90	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	46
91	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	55
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
93	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	4	47
94	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	51
95	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
96	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	38
97	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	44
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	46
99	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	48
100	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	53

## Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTAL
1	4	4	4	4	16
2	3	3	3	3	12

3	4	3	3	3	13
4	3	3	3	3	12
5	4	4	3	4	15
6	4	4	4	3	15
7	3	3	3	3	12
8	4	4	4	4	16
9	4	3	2	3	12
10	4	4	3	3	14
11	3	3	3	3	12
12	3	4	3	3	13
13	4	3	4	4	15
14	4	4	4	4	16
15	3	3	3	3	12
16	3	3	3	3	12
17	2	2	3	3	10
18	4	4	4	2	14
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16
21	4	4	3	4	15
22	3	3	3	3	12
23	3	3	3	3	12
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	3	3	3	3	12
27	3	3	3	3	12
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	3	15
30	3	3	2	2	10
31	4	4	4	3	15
32	3	3	3	3	12
33	3	3	3	3	12
34	4	3	4	4	15
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	3	3	2	2	10
39	3	3	2	4	12
40	4	3	3	4	14
41	3	3	2	2	10
42	4	4	4	4	16
43	3	3	4	3	13

44	4	4	4	4	16
45	3	3	3	4	13
46	3	3	4	3	13
47	3	4	4	4	15
48	4	4	3	4	15
49	4	3	3	3	13
50	3	3	3	3	12
51	3	3	2	2	10
52	3	3	4	4	14
53	3	4	2	2	11
54	4	4	2	4	14
55	4	3	3	4	14
56	3	3	3	3	12
57	3	4	4	3	14
58	4	4	2	3	13
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	3	4	4	3	14
62	3	3	3	3	12
63	3	3	3	3	12
64	4	4	4	4	16
65	3	3	3	3	12
66	4	4	4	4	16
67	3	3	2	3	11
68	4	4	4	4	16
69	4	3	4	4	15
70	4	4	4	4	16
71	4	3	3	3	13
72	4	4	4	4	16
73	4	4	4	4	16
74	2	3	2	4	11
75	4	4	4	4	16
76	4	3	3	3	13
77	3	2	3	3	11
78	4	4	4	4	16
79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	4	16
81	3	4	3	3	13
82	4	3	4	4	15
83	4	4	3	4	15
84	4	4	4	4	16

85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16
88	3	3	3	3	12
89	4	4	3	3	14
90	4	4	3	4	15
91	4	4	4	4	16
92	4	4	3	3	14
93	4	4	3	4	15
94	4	4	4	4	16
95	3	3	3	3	12
96	4	3	3	3	13
97	4	4	3	3	14
98	3	3	3	3	12
99	3	3	3	4	13
100	4	3	4	4	15

## Lampiran 6 Hasil Output SPSS

## Hasil Uji Statistik Deskriptif

## Kualitas Sistem Aplikasi (X1)

## Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.4500	3.5200	3.3600	3.4600	3.0700	3.5000	3.4700	3.5200
Std. Deviation		.64157	.55922	.57770	.55814	.72829	.62765	.59382	.59425
Range		3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00
Minimum		1.00	2.00	2.00	2.00	1.00	2.00	2.00	2.00
Maximum		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Sum		345.00	352.00	336.00	346.00	307.00	350.00	347.00	352.00

## X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	6.0
	Setuju	42	42.0	42.0	48.0
	Sangat Setuju	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	42	42.0	42.0	45.0
	Sangat Setuju	55	55.0	55.0	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

**X1.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Setuju	54	54.0	54.0	59.0
Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X1.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	48	48.0	48.0	51.0
Sangat Setuju	49	49.0	49.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X1.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	20	20.0	20.0	21.0
Setuju	50	50.0	50.0	71.0
Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X1.6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent



Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Setuju	36	36.0	36.0	43.0
	Sangat Setuju	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Setuju	43	43.0	43.0	48.0
	Sangat Setuju	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Setuju	38	38.0	38.0	43.0
	Sangat Setuju	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*User Experience (X2)***Statistics**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.4500	3.4300	3.4200	3.3000
Std. Deviation		.55732	.60728	.58913	.64354
Range		2.00	2.00	2.00	2.00

Minimum	2.00	2.00	2.00	2.00
Maximum	4.00	4.00	4.00	4.00
Sum	345.00	343.00	342.00	330.00

## X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	49	49.0	49.0	52.0
Sangat Setuju	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
Setuju	45	45.0	45.0	51.0
Sangat Setuju	49	49.0	49.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Setuju	48	48.0	48.0	53.0
Sangat Setuju	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	10.0
	Setuju	50	50.0	50.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*E-Service Quality (X3)*

**Statistics**

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3.13	X3.14
N Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,4400	3,4900	3,4500	3,3400	3,5700	3,1300	3,4500	3,5300	3,3100	3,2300	3,3100	3,3500	3,3700	3,5200
Std. Deviation	,67150	,61126	,62563	,69949	,53664	,74745	,53889	,55877	,64659	,66447	,61455	,68718	,64597	,54086
Range	3,00	2,00	2,00	3,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
Minimum	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00
Maximum	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Sum	344,00	349,00	345,00	334,00	357,00	313,00	345,00	353,00	331,00	323,00	331,00	335,00	337,00	352,00

**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	8.0
	Setuju	39	39.0	39.0	47.0
	Sangat Setuju	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Setuju	39	39.0	39.0	45.0
	Sangat Setuju	55	55.0	55.0	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

**X3.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Setuju	41	41.0	41.0	48.0
Sangat Setuju	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X3.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	10	10.0	10.0	11.0
Setuju	43	43.0	43.0	54.0
Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X3.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Setuju	39	39.0	39.0	41.0
Sangat Setuju	59	59.0	59.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X3.6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	19	19.0	19.0	20.0
	Setuju	46	46.0	46.0	66.0
	Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	51	51.0	51.0	53.0
	Sangat Setuju	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	41	41.0	41.0	44.0
	Sangat Setuju	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	10.0
	Setuju	49	49.0	49.0	59.0
	Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Tidak Setuju	13	13.0	13.0	13.0
	Setuju	51	51.0	51.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
	Setuju	53	53.0	53.0	61.0
	Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	9	9.0	9.0	10.0
	Setuju	44	44.0	44.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
	Setuju	45	45.0	45.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	44	44.0	44.0	46.0
	Sangat Setuju	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Kepuasan Pelanggan (Y)

## Statistics

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.5800	3.5100	3.3500	3.4500
Std. Deviation		.53522	.54114	.67232	.60927
Range		2.00	2.00	2.00	2.00
Minimum		2.00	2.00	2.00	2.00
Maximum		4.00	4.00	4.00	4.00
Sum		358.00	351.00	335.00	345.00

## Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	38	38.0	38.0	40.0
	Sangat Setuju	60	60.0	60.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

## Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	45	45.0	45.0	47.0
	Sangat Setuju	53	53.0	53.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Setuju	43	43.0	43.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Setuju	43	43.0	43.0	49.0
	Sangat Setuju	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



## Lampiran 7 Hasil Uji Instrumen

## Uji Validitas

## Kualitas Sistem Aplikasi (X1)

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Kualitas Sistem Aplikasi
X1.1	Pearson Correlation	1	.664**	.458**	.488**	.559**	.564**	.420**	.519**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.664**	1	.572**	.617**	.555**	.604**	.565**	.576**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.458**	.572**	1	.609**	.420**	.474**	.473**	.479**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.488**	.617**	.609**	1	.442**	.461**	.621**	.612**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.559**	.555**	.420**	.442**	1	.630**	.390**	.405**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.564**	.604**	.474**	.461**	.630**	1	.556**	.515**	.788**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.420**	.565**	.473**	.621**	.390**	.556**	1	.703**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.519**	.576**	.479**	.612**	.405**	.515**	.703**	1	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas Sistem Aplikasi	Pearson Correlation	.766**	.833**	.720**	.777**	.735**	.788**	.760**	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### *User Experience (X2)*

#### **Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	User Experience
X2.1	Pearson Correlation	1	.616**	.618**	.521**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.616**	1	.676**	.390**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.618**	.676**	1	.464**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100





	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.11	Pearson Correlation	.327**	.479**	.422**	.410**	.439**	.459**	.370**	.595**	.541**	1	.578**	.471**	.574**	.708**	
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X3.12	Pearson Correlation	.385**	.429**	.499**	.401**	.440**	.481**	.443**	.459**	.481**	.574**	.578**	1	.547**	.592**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.13	Pearson Correlation	.366**	.406**	.484**	.322**	.434**	.443**	.649**	.515**	.521**	.481**	.471**	.547**	1	.687**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.14	Pearson Correlation	.393**	.535**	.555**	.356**	.535**	.481**	.645**	.616**	.574**	.619**	.574**	.592**	.687**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
E-Service Quality	Pearson Correlation	.603**	.704**	.708**	.651**	.727**	.666**	.753**	.689**	.738**	.754**	.708**	.739**	.731**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Kepuasan Pelanggan (Y1)

**Correlations**

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Kepuasan Pelanggan
Y1.1	Pearson Correlation	1	.642**	.497**	.523**	.812**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.642**	1	.476**	.430**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.497**	.476**	1	.573**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.523**	.430**	.573**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.812**	.776**	.817**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas

## Kualitas Sistem Aplikasi (X1)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.899	.902	8

User Experience (X2)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.825	.829	4

E-Service Quality (X3)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.923	.926	14

Kepuasan Pelanggan (Y1)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.810	.815	4

## Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik

## Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.10139848
Most Extreme Differences	Absolute		.114
	Positive		.091
	Negative		-.114
Test Statistic			.114
Asymp. Sig. (2-tailed)			.003 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.138 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.130
		Upper Bound	.147

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

## Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.592	.913		1.744	.084		
	Kualitas Sistem Aplikasi	.129	.050	.256	2.599	.011	.364	2.749
	User Experience	.373	.088	.383	4.213	.000	.428	2.337



E-Service Quality	.078	.033	.257	2.372	.020	.301	3.320
-------------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji Heteroskedastisitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.004	.608		3.294	.001
	Kualitas Sistem Aplikasi	.008	.033	.041	.252	.802
	User Experience	-.103	.059	-.265	-1.749	.084
	E-Service Quality	-.001	.022	-.006	-.033	.974

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Uji Ketepatan Model

Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	233.695	3	77.898	62.270	.000 <sup>b</sup>
	Residual	120.095	96	1.251		
	Total	353.790	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), E-Service Quality, User Experience, Kualitas Sistem Aplikasi

## Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 <sup>a</sup>	.661	.650	1.11848

a. Predictors: (Constant), E-Service Quality, User Experience, Kualitas Sistem Aplikasi

## Uji Hipotesis

## Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.592	.913		1.744	.084
	Kualitas Sistem Aplikasi	.129	.050	.256	2.599	.011
	User Experience	.373	.088	.383	4.213	.000
	E-Service Quality	.078	.033	.257	2.372	.020

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

## Analisis Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.592	.913		1.744	.084
	Kualitas Sistem Aplikasi	.129	.050	.256	2.599	.011
	User Experience	.373	.088	.383	4.213	.000
	E-Service Quality	.078	.033	.257	2.372	.020

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

## Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama Lengkap : Afika Zuluzmi

Tempat, Tanggal Lahir : Lubuklinggau, 29 Juli 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : DK Jambon Rt 1 Rw 1 Plupuh Sragen, Jawa Tengah

Email : [afikazuluzmi2208@gmail.com](mailto:afikazuluzmi2208@gmail.com)

## Riwayat Pendidikan Formal

1. TK Nusa Indah
2. SD Negeri 41 Lubuklinggau
3. SMP Negeri 2 Lubuklinggau
4. SMA Negeri 4 Lubuklinggau
5. UIN Raden Mas Said Surakarta

## Lampiran 10 Bukti Lulus Plagiasi

Revisi isi AFIKA ZULUZMI SKRIPSI fix			
ORIGINALITY REPORT			
<b>17%</b>	<b>19%</b>	<b>13%</b>	<b>12%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
<b>1</b>	<b>core.ac.uk</b> Internet Source		<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet Source		<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>repository.ub.ac.id</b> Internet Source		<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universitas Diponegoro</b> Student Paper		<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>febi.uinsaid.ac.id</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur</b> Student Paper		<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>dspace.uii.ac.id</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>www.scribd.com</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>media.neliti.com</b> Internet Source		<b>1%</b>

