

Analisis Tingkat Kualitas Website Terhadap E-Commerce Shopee Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)

Analysis of Website Quality Level of Shopee E-Commerce Using Importance Performance Analysis Method

**Elies Fifit Sujayanti¹⁾, Satrianansyah^{2*)}, Harma Oktafia Lingga Wijaya³⁾,
Elmayati⁴⁾**

^{1,2,3,4)} Fakultas Teknik, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Bina Insan, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan oleh *Shopee* kepada konsumennya. Penelitian ini menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*). Dalam penelitian ini dapat didefinisikan permasalahan yang terjadi seperti banyaknya pesaing yang menawarkan produk-produk sejenis, terdapat beberapa hal mengenai ketidakpuasan konsumen dari dimensi bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*). Batasan dalam penelitian ini hanya pada analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan situs *online shop Shopee*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan angket, sedangkan analisis data yang dilakukan menggunakan teknik *Analisis Importance Performace*. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu masih terdapat beberapa pelanggan yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *Shopee* berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan pada bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*).

Kata Kunci: Keterlibatan Kerja, Dukungan Organisasi, Kinerja Karyawan, Komitmen Organisasi

Abstract

This study aims to determine the level of customer satisfaction provided by Shopee to its consumers. This study uses 5 dimensions of service quality to determine the level of customer satisfaction based on tangible evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. In this study, it can be defined the problems that occur such as the number of competitors offering similar products, there are several things about consumer dissatisfaction from the dimensions of tangible evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The limitations in this study are only on analyzing customer satisfaction with Shopee online shop site services. The data collection technique used in this study was to use a questionnaire, while the data analysis was carried out using the Importance Performance Analysis technique. The results of this study are that there are still some customers who are dissatisfied with the services provided by Shopee based on 5 dimensions of service quality on tangible evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.

Keywords: Work Engagement, Organizational Support, Employee Performance, Organizational Commitment



PENDAHULUAN

Shopee didirikan oleh seseorang yang bernama Chris Feng yang merupakan salah satu mahasiswa lulusan terbaik di universitas singapura pada tahun 2009 dikelola oleh garena group dan memiliki kantor pusat di singapura, pada tahun 2015 shopee diluncurkan untuk pertama kalinya di singapura lalu berkembang ke negara lain termasuk indonesia. Shopee masuk ke indonesia pada tahun 2015 dan pada tahun 2018 sudah meraih 1,5 juta transaksi dalam 24 jam, hal tersebut memecahkan rekor baru bagi situ jual beli online di indonesia. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara online. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk *fashion* hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee juga menghadirkan *Live Chat* yang memudahkan pembeli agar bisa langsung berbicara dengan si penjual untuk bisa bertransaksi atau bernegosiasi. Memberi kemudahan dalam memilih produk seperti memilih varian motif, warna hingga ukuran dan juga memiliki fitur yang memungkinkan pembeli melakukan penawaran harga. Aplikasi Shopee dapat diunduh dengan gratis melalui *App Store* dan *Google PlayStore*. Shopee menjadi *E-commerce* dengan pengunjung situs bulanan terbesar di Indonesia. Data *iPrice* menunjukkan, Shopee mendapatkan sebanyak 71,5 juta kunjungan selama kuartal I-2020. Tokopedia dan Bukalapak menempati urutan selanjutnya dengan masing-masing sebanyak 69,8 juta dan 37,6 juta kunjungan. Jika Shopee mampu memberikan pelayanan yang tepat serta memenuhi apa yang diinginkan konsumen, maka Shopee akan memiliki persepsi yang baik di mata konsumen. Jika konsumen merasa puas dengan apa yang disajikan oleh Shopee, maka konsumen cenderung membandingkan Shopee dengan *e-commerce* lainnya (Lonardi et al., 2021).

Untuk mengukur kualitas website *e-commerce* shopee diperlukan indikator-indikator yang mempengaruhi kualitas website dari sudut pandang kepada pengguna dan pelanggan menggunakan dimensi dari metode SERVQUAL.

Metode Servqual merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kesenjangan antar kenyataan dan harapan yang diterima oleh pelanggan. Metode yang dikembangkan oleh Parasuraman, Barry dan Zeithaml ini memiliki 5 dimensi pokok. Pertama kali konsep dari dimensi kualitas pelayanan diformulasikan menjadi sepuluh dimensi, kemudian disederhanakan menjadi lima dimensi (Nugroho et al., 2021), yaitu: Bukti Fisik (*Tangibles*), yakni meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pemberi jasa. Bukti fisik tersebut meliputi penampilan fisik, peralatan, karyawan, mekanik, media komunikasi dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan. Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera akurat, dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan secara tepat. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yakni keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap dan sebaik mungkin. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Jaminan (*Assurance*), yakni mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari resiko, bahaya fisik, atau keraguan-keraguan. Empati (*Empathy*), yakni meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan

pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Oleh karena itu metode yang digunakan untuk mengukur kualitas website *e-commerce* shopee yaitu metode Importance Performance Analysis (IPA). Menilai dimensi kualitas dari suatu website memerlukan pengukuran *Importance Performance Analysis* (IPA) yang digunakan untuk mengukur dan menilai suatu tingkat kepuasan berdasarkan pada tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*). Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) akan melakukan analisis dari kesenjangan (*gap*) dari semua atribut.

METODE PENELITIAN

Metode Pengembangan dan Analisa

Dalam melakukan pengembangan analisis ini penulis menggunakan metode *Importance-Performace Analisis* (IPA) Berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil penelitian kinerja atau penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan dan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah tingkat perbandingan skor kinerja atau pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen maka digunakan metode *Importance-Performace Analisis* atau Analisis tingkat kepentingan dan kinerja. Adapun langkah-langkah analisis IPA adalah sebagai berikut :

1. Mencari tingkat kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja atau pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun rumus yang digunakan yaitu :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

TKi = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian harapan pelanggan

Penentuan skor rata-rata atribut tingkat kepentingan dan pelaksanaan rumus yang digunakan adalah :

$$x = \frac{\sum Xi}{k} \text{ dan } y = \frac{\sum Yi}{k}$$

Dimana :

X = skor rata-rata tingkat kinerja perusahaan

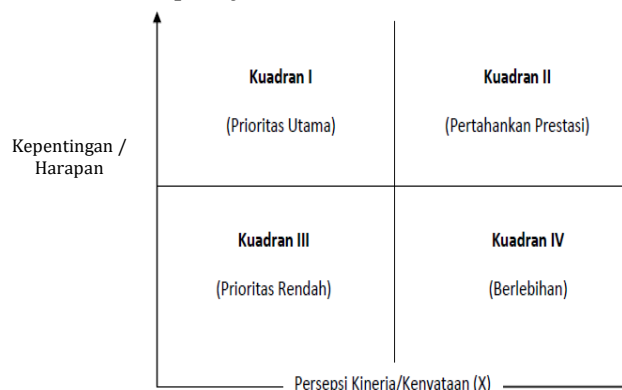
Y = skor rata-rata tingkat harapan pelanggan

Xi = skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = skor penilaian kepentingan (harapan) pelanggan

k = jumlah atribut pernyataan

Berikut adalah diagram kuadran pelayanan :



Gambar 1 Diagram Kartesius Kuadran Pelayanan

Adapun penjelasan dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut :

- Prioritas utama (Kuadran I)**
Pada kuadran ini menunjukkan faktor-faktor tingkat kepuasan pelanggan dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh *Shopee*. Karena keberadaan faktor-faktor inilah yang sangat penting oleh pelanggan. Sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum baik.
- Pertahankan Prestasi (Kuadran II)**
Pada kuadran ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tingkat kepuasan pelanggan pada kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat kepuasan pelanggan telah sesuai dengan persepsi dan harapan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan.
- Prioritas Rendah (Kuadran III)**
Pada kuadran ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tingkat kualitas pelayanan pada kuadran ini masih dianggap rendah bagi pelanggan, karena kualitas pelayanannya biasa saja.
- Berlebihan (Kuadran IV)**
Pada kuadran ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tingkat kualitas pelayanan dianggap berlebihan dalam pelaksanaannya. Karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh perusahaan sehingga sangat memuaskan.

Metode Pengujian Dan Analisis

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji coba instrumen meliputi uji validitas (kehandalan), instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Hasil uji reliabilitas dapat mencerminkan dapat dipercaya atau tidaknya suatu instrumen penelitian berdasarkan tingkat pemantapan dan ketetapan suatu alat ukur dalam pengertian bahwa hasil pengukuran yang didapatkan merupakan ukuran yang benar dari suatu yang diukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah diadakan penelitian dan pengumpulan data lapangan hasil jawaban responden maka diperoleh data tentang keadaan responden dalam kaitannya dengan

kepuasan pelanggan berbelanja di *Shopee via online*. Data yang diperoleh selama penelitian akan disajikan dalam bentuk analisa data dengan sampel responden seluruh pelanggan yang berbelanja di *Shopee via online*, yaitu sebanyak 94 orang responden.

Berikut hasil penelitian yang dianalisa dalam pembahasan ini adalah yang diperoleh dari total 94 orang responden. Dalam hal ini yang menjadi responden penelitian adalah mahasiswa Universitas Bina Insan Lubuklinggau Fakultas Komputer yang pernah berbelanja di *Shopee via online*, dengan melakukan uji validitas dan reabilitas untuk menentukan valid atau tidaknya data yang akan diuji serta dengan menggunakan teknik analisis *importance performance* yaitu suatu teknik yang dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada *online shop Shopee*.

Hasil Uji Validitas

Uji Pengujian Validitas nilai *Corrected item- total correlation* dengan masing-masing pernyataan nilai *Corrected Item-Total Correlation* > 0,5 Dengan jumlah responden 94 dan jumlah dimensi 5 yaitu bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Hasil pengujian validitas untuk setiap variabel dapat dilihat sebagai berikut:

Hasil Uji Validitas Dimensi Bukti Langsung (*Tangible*)

Dari 94 responden terdapat 4 butir pertanyaan yang ditunjukkan oleh *Corrected Item – Total correlation* atau (r_{hitung}) pada Tabel 1 seluruh skor *Corrected Item – Total correlation* atau (r_{hitung}) lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0.202. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan yang diukur pada variabel persepsi kegunaan adalah valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Bukti Langsung (*Tangible*)

No	r_{hitung} (<i>Corrected Item – Total correlation</i>)	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0,675	0.202	Valid
2	0,599	0.202	Valid
3	0,754	0.202	Valid
4	0,675	0.202	Valid

Hasil Uji Validitas Dimensi Keandalan (*Reability*)

Dari 94 responden terdapat 4 butir pertanyaan yang ditunjukkan oleh *Corrected Item – Total correlation* atau (r_{hitung}) pada Tabel 2 seluruh skor *Corrected Item – Total correlation* atau (r_{hitung}) lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0.202. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan yang diukur pada variabel Dimensi Keandalan (*Reability*) persepsi kegunaan adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Keandalan (*Reability*)

No	r_{hitung} (<i>Corrected Item – Total correlation</i>)	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0,733	0.202	Valid
2	0,786	0.202	Valid
3	0,752	0.202	Valid
4	0,648	0.202	Valid

Hasil Uji Validitas Dimensi Daya Tanggap (*Responsiviness*)

Dari 94 responden terdapat 4 butir pertanyaan yang ditunjukkan oleh *Corrected Item – Total correlation* atau (r_{hitung}) pada Tabel 3 seluruh skor *Corrected Item – Total correlation* atau (r_{hitung}) lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0.202. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan yang diukur pada variabel dimensi daya tanggap (*Responsiviness*) adalah valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Dimensi Daya Tanggap (*Responsiviness*)

No	r_{hitung} (<i>Corrected Item – Total correlation</i>)	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0,594	0.202	Valid
2	0,697	0.202	Valid
3	0,452	0.202	Valid
4	0,656	0.202	Valid

Hasil Uji Validitas Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Dari 94 responden terdapat 4 butir pertanyaan yang ditunjukkan oleh *Corrected Item – Total correlation* atau (r_{hitung}) pada Tabel 4 seluruh skor *Corrected Item – Total correlation* atau (r_{hitung}) lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0.202. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan yang di ukur pada variabel Dimensi Jaminan (*Assurance*) adalah valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Dimensi Jaminan (*Assurance*)

No	r_{hitung} (<i>Corrected Item – Total correlation</i>)	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0,626	0.202	Valid
2	0,713	0.202	Valid
3	0,593	0.202	Valid
4	0,543	0.202	Valid

Hasil Uji Validitas Dimensi Kepedulian (*Empathy*)

Dari 94 responden terdapat 4 butir pertanyaan yang ditunjukkan oleh *Corrected Item – Total correlation* atau (r_{hitung}) pada Tabel 5 seluruh skor *Corrected Item – Total correlation* atau (r_{hitung}) lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0.202. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan yang di ukur pada variabel Dimensi Kepedulian (*Empathy*) adalah valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Dimensi Kepedulian (*Empathy*)

No	r_{hitung} (<i>Corrected Item – Total correlation</i>)	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0,497	0.202	Valid
2	0,409	0.202	Valid
3	0,598	0.202	Valid
4	0,557	0.202	Valid

Hasil Analisis Teknik *Importance Performance* Mencari Nilai Gap

Teknik analisis GAP digunakan untuk melakukan perbandingan kinerja aktual dengan kinerja potensial atau yang diharapkan. Data yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan shopee dalam penelitian ini adalah teknik *analisis importance performance*. Dengan hasil tingkat kesesuaian berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiviness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*).

Berdasarkan hasil kuesioner yang sudah di olah maka peneliti mendapatkan data olahan nilai rata-rata Importance, Peformance dan Nilai GAP sebagai berikut:

Tabel 6. Skor Rata-Rata Secara Keseluruhan

No	Indikator	Importance	Peformance	Gap
1	Pertanyaan 1	4,12	4,62	0,50
2	Pertanyaan 2	4,47	4,64	0,17
3	Pertanyaan 3	4,38	4,63	0,24
4	Pertanyaan 4	4,45	4,74	0,30
5	Pertanyaan 5	4,33	4,52	0,19
6	Pertanyaan 6	4,51	4,59	0,07
7	Pertanyaan 7	4,51	4,61	0,10
8	Pertanyaan 8	4,50	4,65	0,15

No	Indikator	Importance	Peformance	Gap
9	Pertanyaan 9	4,60	4,55	-0,04
10	Pertanyaan 10	4,51	4,57	0,06
11	Pertanyaan 11	4,52	4,61	0,09
12	Pertanyaan 12	4,44	4,54	0,11
13	Pertanyaan 13	4,33	4,61	0,28
14	Pertanyaan 14	4,48	4,63	0,15
15	Pertanyaan 15	4,37	4,47	0,10
16	Pertanyaan 16	4,44	4,60	0,16
17	Pertanyaan 17	4,63	4,70	0,07
18	Pertanyaan 18	4,54	4,68	0,14
19	Pertanyaan 19	4,33	4,69	0,36
20	Pertanyaan 20	4,50	4,62	0,12
Total Skor Rata-Rata		4,45	4,61	0,17

Berdasarkan Tabel 6 kepuasan pelanggan Shopee hasil rata-rata tingkat kepuasan pengguna Aplikasi Shopee di peroleh nilai rata-rata sebesar **0,17** dan hanya mempunyai 1 indikator yang terjadi ketidakpuasan terhadap kinerja aplikasi shopee sehingga di indikator point 9 yang mempunyai nilai **-0,04**. Jadi dapat di simpulkan bahwa tingkat kepuasan pengguna Aplikasi Shopee di Universitas Bina Insan Pada Fakultas Teknik pada kategori **Sangat Puas** yang berarti bahwa setiap atribut tersebut cukup melebihi harapan mengenai kualitas kepuasan konsumen.

Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Lima (5) Dimensi

Berikut hasil tingkat kesesuaian kinerja dan harapan pada *online shop Shopee* berdasarkan lima (5) dimensi yang diambil dari jawaban responden disajikan pada tabel 4.12. Berikut merupakan cara untuk mendapatkan hasil tingkat kesesuaian lima (5) dimensi sebagai contoh hanya dihitung pada pernyataan nomor 1.

Diketahui :

$X_i = 434$

$Y_i = 387$

Ditanya : T_{ki} (Tingkat Kesesuaian)...?

Dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$T_{ki} = \frac{434}{387} \times 100\%$$

$$T_{ki} = 112,14\%$$

Hasil diatas merupakan hasil perhitungan untuk mencari tingkat kesesuaian dimensi bukti langsung pada atribut pernyataan no 1, untuk menghitung tingkat kesesuaian pada atribut selanjutnya dihitung dengan menggunakan cara yang sama.

Tabel dibawah ini merupakan hasil tingkat kesesuaian lima (5) dimensi pada atribut pernyataan nomor 1 sampai dengan nomor 20.

Tabel 4.13 Nilai Rata-rata Kinerja dan Harapan

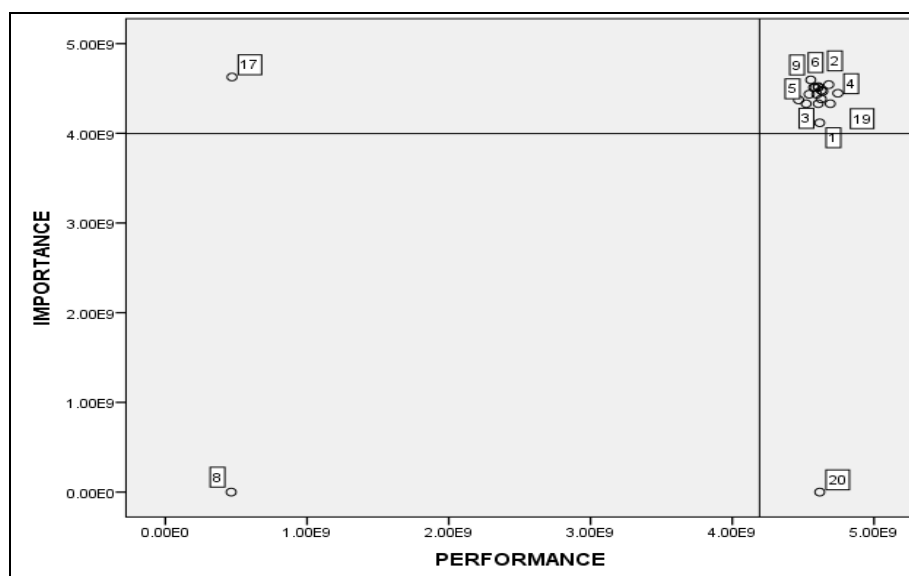
Dimensi	No	Tingkat Kinerja (x)	Tingkat Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (TK) (%)	Kinerja Kualitas Pelayanan
Bukti Langsung (Tangible)	1	434	387	112,14	Sangat Baik
	2	436	420	103,81	Sangat Baik
	3	435	412	105,58	Sangat Baik
	4	446	418	106,70	Sangat Baik

Dimensi	No	Tingkat Kinerja (x)	Tingkat Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (TK) (%)	Kinerja Kualitas Pelayanan
Keandalan (Reability)	5	425	407	104,42	Sangat Baik
	6	431	424	101,65	Sangat Baik
	7	433	424	102,12	Sangat Baik
	8	437	423	103,31	Sangat Baik
Daya Tanggap (Responsiveness)	9	428	432	99,07	Sangat Baik
	10	430	424	101,42	Sangat Baik
	11	433	425	101,88	Sangat Baik
	12	427	417	102,40	Sangat Baik
Jaminan (Assurance)	13	433	407	106,39	Sangat Baik
	14	435	421	103,33	Sangat Baik
	15	420	411	102,19	Sangat Baik
	16	432	417	103,60	Sangat Baik
Kepedulian (Empathy)	17	442	435	101,61	Sangat Baik
	18	440	427	103,04	Sangat Baik
	19	441	407	108,35	Sangat Baik
	20	434	423	102,60	Sangat Baik

Dilihat pada tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja Shopee dengan skor rata-rata tertinggi adalah Keterampilan karyawan dalam memberi informasi yang baik dan benar **446**. Nilai ini berada di atas rata-rata tingkat kepuasan yaitu *Shopee* menyediakan fitur chat yang memudahkan konsumen untuk berinteraksi dengan si penjual langsung sebesar **435**. Sedangkan atribut yang memiliki skor rata-rata terendah adalah Penanganan keluhan konsumen ditanggapi dengan baik., yaitu **99,07**.

Hasil Diagram Kartesius Tingkat Kinerja dan Harapan

Setelah mendapatkan hasil tingkat kesesuaian langkah yang harus dikerjakan yaitu mencari Skor (total kinerja dan harapan) untuk menemukan titik potong sumbu X dan sumbu Y. Penjelasan analisis faktor-faktor dimensi kualitas pelayanan pada *shopee* menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*), yang dikaitkan dengan analisis 4 kuadran dalam Diagram Kartesius. Berikut ini merupakan hasil diagram kualitas pelayanan pada *shopee*:



Gambar 2. Diagram Kartesius Kuadran Pelayanan pada *Shopee*

Gambar diatas merupakan hasil analisis kualitas pelayanan pada *shopee* yang dihitung dengan menggunakan pemaparan *IPA (Importance-Performance Analysis)*

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Hasil analisis kepuasan pelanggan *Shopee* pada kuadran I (Prioritas Utama) terdapat 1 atribut pernyataan dari 20 pernyataan yang ada, khususnya pada pernyataan *Shopee* menyediakan fitur chat yang memudahkan konsumen untuk berinteraksi dengan si penjual langsung. Hasil analisis kepuasan pelanggan pada kuadran II (kuadran pertahankan prestasi) menunjukkan bahwa kinerja *Shopee* dianggap sudah memenuhi kepuasan pelanggan karena bisa dilihat dari 20 atribut pernyataan terdapat 17 atribut pernyataan yang berada pada posisi kuadran ke II yaitu kuadran pertahankan prestasi hal ini dianggap baik oleh pelanggan dan harus dipertahankan oleh perusahaan dengan baik. Kuadran III (prioritas rendah) menunjukkan ada 1 atribut pernyataan yang dianggap rendah bagi pelanggan seperti pada Di *Shopee* pelanggan dapat melihat penjual terbaik yang dapat menimbulkan kepercayaan. Kuadran IV yang dianggap sebagai kuadran berlebihan terdapat pada pernyataan no.20 kuadran ini dianggap berlebihan karena harapan pelanggan rendah sedangkan kinerja perusahaan tinggi, hal ini dinilai tidak terlalu penting bagi pelanggan dan dianggap hanya sia-sia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Y., & Jumhur, H. M. (2020). Analisis Kualitas Website Lazada Menggunakan Metode Webqual Dan Importance Performance Analysis (studi Kasus Pengguna Lazada Di Kab. Ngawi). *EProceedings of Management*, 7(2).
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/12055>.
- Ayudhitama, A. P., & Pujianto, U. (2020). ANALISA KUALITAS DAN USABILITY BERDASARKAN PERSEPSI PADA WEBSITE SHOPEE. *Jurnal Informatika Polinema*, 6(1), 61-70.
<https://doi.org/10.33795/jip.v6i1.275>
- Barus, E. E., Suprpto, S., & Herlambang, A. (2017). Analisis Kualitas Website Tribunnews.com Menggunakan Metode Webqual dan Importance Performance Analysis. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(4), 1483-1491. Diambil dari <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/1226>
- Basrah Saidani, Monita Lusiana, L., & Shandy Aditya. (2019). ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK MINAT PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN SHOPEE. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425 - 444. Retrieved from <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/12319>.
- Budihartanti, C., Rusiyati, S., & Badrul, M. (2019). EVALUASI KUALITAS WEBSITE BPJS KESEHATAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS. *JISAMAR (Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research)*, 3(4), 63-69..
- Faridzie, M. R. R. A., & Pradana, M. (2021). Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual Pada E-commerce Elevenia. *EProceedings of Management*, 8(5).
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16137>
- Fatmala, W. S., Suprpto, S., & Rachmadi, A. (2017). Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Berrybenka Terhadap Kepuasan Pengunjung Menggunakan Metode WebQual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(1), 175-183. Diambil dari <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/753>
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). PENGARUH TAMPILAN WEB DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI INTERVENING VARIABLE PADA E-COMMERCE SHOPEE. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Jeki Saputra, S Satrianansyah, Harma, & Rahman, T. (2021). Analisis Kualitas Website Institut XYZ Menggunakan Metode Webqual dan IPA. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 5(1), 318-327. <https://doi.org/10.30645/j-sakti.v5i1.324>
- Lonardi, S., Lan, W. P., Hutabarat, F. A. M., Nugroho, N., & Supriyanto, S. (2021). Peranan Kualitas Pelayanan

- dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-commerce Shopee Di Politeknik Cendana. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(3), 80–85. <https://doi.org/10.47065/jbe.v2i3.955>
- Nugroho, N., Yuliana, & Hutabarat, F. A. M. (2021). Pengukuran Tingkat Kepuasan Mahasiswa Politeknik Di Kota Medan. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(1), 278–286. <https://doi.org/https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i1.773> Info
- Pamungkas, R. A. (2019). ANALISIS KUALITAS WEBSITE SMK NEGERI 2 SRAGEN DENGAN METODE WEBQUAL 4.0 DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIST (IPA). *Jurnal Tekno Kompak*, 13(1), 12. <https://doi.org/10.33365/jtk.v13i1.220>
- Ruslan, R. (2013). *Metodelogi Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta:PT. Grafindo Persada.
- Wantoro, A. (2020). KOMBINASI METODE ANALITICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) DAN SIMPLE ADDTIVE WEIGHT (SAW) UNTUK MENENTUKAN WEBSITE E-COMMERCE TERBAIK. *SISTEMASI*, 9(1), 131. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v9i1.608>
- Wijaya, H. O. L. (2018). IMPLEMENTASI METODE PIECES PADA ANALISIS WEBSITE KANTOR PENANAMAN MODAL KOTA LUBUKLINGGAU. *JUSIM (Jurnal Sistem Informasi Musirawas)*, 3(1), 46–55. <https://doi.org/10.32767/jusim.v3i1.289>
- J. Ekonomi, D. Andalas, A. Kualitas, and W. Tiket, “Jurnal ekonomi & bisnis dharma andalas,” vol. 19, no. 1, pp. 82–91, 2017.