

**ANALISIS *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA I AM GEPREK BENSU**



Skripsi Oleh:

JESSICA TRIANA

01011381924165

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,

RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2023

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
ANALISIS *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA I AM GEPREK BENSU

Disusun Oleh:

Nama : Jessica Triana
Nomor Induk Mahasiswa : 01011381924165
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui untuk digunakan dalam Ujian Komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal: 26-06-2023



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
20/7/23 C

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA I AM GEPREK BENSU

Disusun oleh:

Nama : Jessica Triana
NIM : 01011381924165
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 17 Juli 2023 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Palembang, 20 Juli 2023
Panitia Ujian Komprehensif

Ketua

Anggota

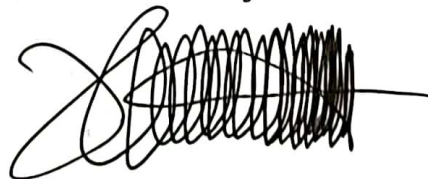


Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
NIP. 197205292006042001



Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A.
NIP. 198106302014092003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M.
NIP 198907112018031001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jessica Triana
NIM : 01011381924165
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

**“ANALISIS *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA I AM GEPREK BENSU”**

Pembimbing:

Ketua : Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
Penguji : Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A.

Tanggal Ujian : 17 Juli 2023

Adalah benar hasil karya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 20 Juli 2023
Pembuat Pernyataan



Jessica Triana
NIM. 01011381924165

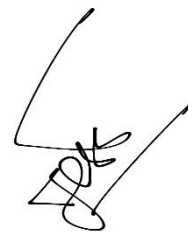
KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul *Analisis E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pada I Am Geprek Benu*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai analisis *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen pada I Am Geprek Benu melalui kanal *ShopeeFood* minimal 1 kali dalam kurun 4 bulan terakhir (Januari-April 2023). Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi orang lain.

Demikianlah kata pengantar penulis, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Palembang, Juli 2023
Penulis



Jessica Triana
NIM. 01011381924165

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa selama penulisan skripsi ini penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dukungan serta do'a dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

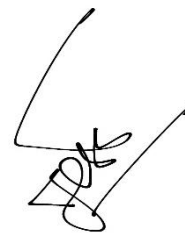
1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Mohammad Adam, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Lina Dameria Siregar, S.E., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Yulia Hamdani Putri, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama proses perkuliahan.
6. Ibu Aslamia Rosa, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi saran yang bermanfaat, serta bantuan lainnya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Ibu Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dosen Penguji Komprehensif skripsi saya yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menguji penulis serta memberikan saran dan kritik yang bermanfaat.

8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya atas ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
9. Staf Admin Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah membantu peneliti dalam mengurus semua kepentingan akademik.
10. Kedua orang tua tercinta Papa Alwi dan Mama Suhiana, serta kakak-kakakku Foreman dan Jaya yang telah memberi semangat, dukungan, nasihat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Teman dan sahabat seperjuangan penulis yang selalu memberikan semangat, informasi, hiburan dan dukungan.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas bantuannya dalam terselesaikan skripsi ini.

Demikian terima kasih atas dukungan, semangat, dan doanya selama peneliti melakukan penelitian. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Palembang, Juli 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jessica Triana', with a large, sweeping flourish extending upwards and to the left.

Jessica Triana

ABSTRAK

ANALISIS *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA I AM GEPREK BENSU

Oleh:

Jessica Triana

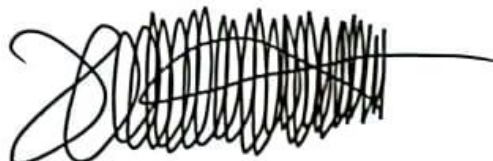
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen pada I Am Geprek Bensu Palembang melalui kanal *ShopeeFood* minimal 1 kali dalam kurun 4 bulan terakhir (Januari-April 2023) secara parsial dan simultan, serta untuk mengetahui variabel *e-service quality* yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada I Am Geprek Bensu Palembang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* serta menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 23. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert berjumlah 140 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji parsial (uji t) variabel *e-service quality* pada dimensi *efficiency* (X_1), *fulfillment* (X_2), *privacy* (X_4), *responsiveness* (X_5), *compensation* (X_6) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Uji simultan (uji F) membuktikan bahwa dimensi *efficiency* (X_1), *fulfillment* (X_2), *system availability* (X_3), *privacy* (X_4), *responsiveness* (X_5), *compensation* (X_6), dan *contact* (X_7) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

Kata kunci: *E-Service Quality*, Kepuasan Konsumen, *Efficiency*, *Fulfillment*, *System Availability*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Compensation*, *Contact*

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Pembimbing



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M.
NIP. 198907112018031001



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
NIP. 197205292006042001

ABSTRACT

**ANALYSIS OF E-SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION
AT I AM GEPREK BENSU**

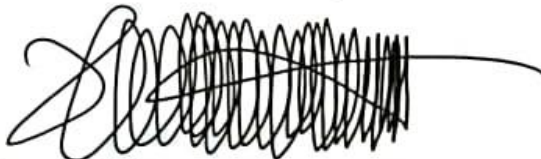
By:

Jessica Triana

This study aims to analyze the effect of e-service quality on customer satisfaction at I Am Geprek Bensus Palembang through the ShopeeFood channel at least 1 time in the last 4 months (January-April 2023) partially and simultaneously, and to determine the e-service quality variable that has a dominant influence on customer satisfaction at I Am Geprek Bensus Palembang. The sampling technique used in this research is non-probability sampling with purposive sampling method and using multiple linear regression analysis with the help of SPSS 23 software. The method used for data collection, namely questionnaires with a Likert scale totaling 140 respondents. The results of this study indicate that the partial test (t test) of e-service quality variables in the dimensions of efficiency (X₁), fulfillment (X₂), privacy (X₄), responsiveness (X₅), compensation (X₆) has a positive and significant effect on customer satisfaction. The simultaneous test (F test) proves that the dimensions of efficiency (X₁), fulfillment (X₂), system availability (X₃), privacy (X₄), responsiveness (X₅), compensation (X₆), and contact (X₇) have an effect on the dependent variable, namely customer satisfaction (Y).

Keywords: E-Service Quality, Customer Satisfaction, Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Compensation, Contact

Approved by,

Chairman of the Management Department

Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M.
NIP. 198907112018031001

Advisor

Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
NIP. 197205292006042001

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
MIU - 20/9/25

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing menyatakan bahwa abstrak skripsi dalam Bahasa Inggris dari Mahasiswa:

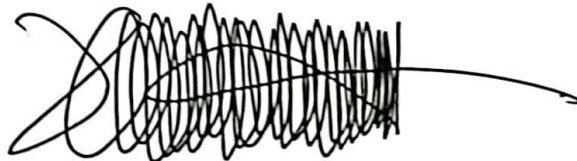
Nama : Jessica Triana
NIM : 01011381924165
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : Analisis *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada I Am Geprek Bensu

Telah kami periksa, penulisan, *grammar*, maupun susunan *tensesnya* dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Pembimbing



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M.
NIP. 198907112018031001



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
NIP. 197205292006042001

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Jessica Triana
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 30 Maret 2001
Agama : Buddha
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah (Orang Tua) : Jl. MP. Mangkunegara No.96 RT/RW 01/01, Ilir Timur III, 8 Ilir, Palembang
Alamat Email : jessicatrianaa@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

- SD : SD Indriasana Palembang
- SMP : SMP Indriasana Palembang
- SMA : SMA Xaverius 1 Palembang

PENGALAMAN ORGANISASI

- Anggota Divisi Kewirausahaan PPBD Palembang Periode 2018-2020
- Wakil Divisi Olahraga dan Rekreasi PPBD Palembang Periode 2020-2022
- Anggota Divisi Seni dan Olahraga KMBPalembang Periode 2022/2023

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	ix
RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Jasa.....	10
2.1.1.1 Pengertian Jasa.....	10
2.1.1.2 Karakteristik Jasa	11
2.1.2 Pengertian E-Service Quality	11
2.1.2.1 Dimensi <i>E-Service Quality</i>	12
2.1.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan	13
2.1.3.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan	13
2.1.3.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15

2.3	Kerangka Konseptual.....	23
2.4	Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	26
3.2	Rancangan Penelitian.....	26
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	27
3.3.1	Jenis Data	27
3.3.1.1	Data Primer	27
3.3.1.2	Data Sekunder.....	27
3.3.2	Sumber Data.....	27
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5	Populasi dan Sampel.....	29
3.5.1	Populasi.....	29
3.5.2	Sampel.....	29
3.6	Uji Instrumen Penelitian	31
3.6.1	Uji Validitas	31
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	31
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.7.1	Uji Multikolinearitas.....	31
3.8	Teknik Analisis Data	32
3.8.1	Pengujian Hipotesis	32
3.8.1.1	Uji Parsial (Uji t).....	32
3.8.1.2	Uji Simultan (Uji F)	32
3.8.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
3.8.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	33
3.9	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Hasil Penelitian.....	39
4.1.1	Karakteristik Responden.....	39
4.1.2	Uji Instrumen Penelitian	44
4.1.2.1	Uji Validitas.....	44
4.1.2.2	Uji Reliabilitas.....	52

4.1.3	Uji Asumsi Klasik	61
4.1.3.1	Uji Multikolinearitas	61
4.1.4	Uji Hipotesis.....	62
4.1.4.1	Uji Parsial (Uji t).....	62
4.1.4.2	Uji Simultan (Uji F)	64
4.1.5	Teknik Analisis Data	65
4.1.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda	65
4.1.5.2	Koefisien Determinasi (R^2)	67
4.2	Pembahasan.....	69
4.2.1	Pengaruh <i>Efficiency</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	69
4.2.2	Pengaruh <i>Fulfillment</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	70
4.2.3	Pengaruh <i>System Availability</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	70
4.2.4	Pengaruh <i>Privacy</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	71
4.2.5	Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	71
4.2.6	Pengaruh <i>Compensation</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	72
4.2.7	Pengaruh <i>Contact</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	73
4.2.8	Pengaruh <i>Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Compensation</i> dan <i>Contact</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Secara Simultan	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN		82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pesaing Shopee (<i>Shopee Food</i>) dalam Pesan Antar Makanan.....	2
Tabel 1.2 Restoran Ayam Geprek di Kota Palembang	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Skala Likert	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	41
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Dari Manakah Mengetahui Kanal <i>ShopeeFood</i>	42
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Keunggulan Utama Melakukan Transaksi	43
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelian Menu Restoran I Am Geprek Benu Melalui Kanal <i>ShopeeFood</i> Dalam Kurun 4 Bulan Terakhir	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas pada Dimensi <i>Efficiency</i> (X_1).....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas pada Dimensi <i>Fulfillment</i> (X_2).....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas pada Dimensi <i>System Availability</i> (X_3).....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas pada Dimensi <i>Privacy</i> (X_4)	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas pada Dimensi <i>Responsiveness</i> (X_5)	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas pada Dimensi <i>Compensation</i> (X_6).....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas pada Dimensi <i>Contact</i> (X_7).....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas pada Dimensi Kepuasan Konsumen (Y).....	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas pada Dimensi <i>Efficiency</i> (X_1)	52
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas pada Dimensi <i>Fulfillment</i> (X_2).....	53
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas pada Dimensi <i>System Availability</i> (X_3).....	54
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas pada Dimensi <i>Privacy</i> (X_4).....	56
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas pada Dimensi <i>Responsiveness</i> (X_5).....	57
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas pada Dimensi <i>Compensation</i> (X_6)	58

Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas pada Dimensi <i>Contact</i> (X_7)	59
Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas pada Dimensi Kepuasan Konsumen (Y)	60
Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.25 Hasil Uji t.....	63
Tabel 4.26 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.27 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.28 Hasil Uji Koefisien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	82
Lampiran 2 Uji Instrumen Penelitian Validitas dan Reliabilitas	88
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik.....	95
Lampiran 4 Uji Hipotesis	95
Lampiran 5 Teknik Analisis Data.....	96

BAB I

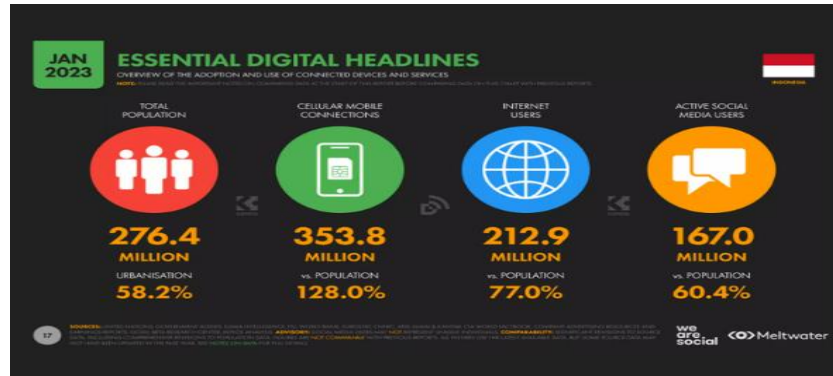
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan globalisasi saat ini, perkembangan teknologi berperan sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan teknologi memberikan dampak positif kehidupan masyarakat tercermin dari kemudahan memperoleh informasi dan berkomunikasi melalui internet. Internet dapat menjangkau semua wilayah, potensial, penyampaian informasi secara menyeluruh, berkualitas, dan hampir tidak membutuhkan biaya (Kurniawan & Remiasa, 2022).

Pada 2022 lalu, *We Are Social* menyatakan bahwa ada sekitar 202 juta pengguna internet di Indonesia. Artinya, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sekitar 10 juta pengguna atau 5 persen dari tahun sebelumnya. Menurut data yang sama, jumlah penduduk Indonesia diperkirakan mencapai 276,4 juta jiwa per Januari 2023, meningkat 1,8 juta dari total populasi per 2022 lalu. Dengan kata lain, penetrasi internet di Indonesia saat ini mencapai 77 persen (212,9 juta jiwa). Sementara sisanya, yaitu sekitar 23 persen (63,51 juta jiwa), belum terhubung dengan jaringan internet (Clinten, 2023).

Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia



Sumber: tekno.kompas.com, 2023 (Clinton, 2023)

Pesatnya teknologi dan dunia digital telah mengubah perilaku konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu perubahan yang terjadi adalah membeli makanan secara *online*. Konsumen mulai beralih kepada pembelian *online* yang menurut mereka jauh lebih nyaman, cepat, dan efektif daripada berbelanja secara langsung. Para pebisnis memanfaatkan fenomena ini untuk melebarkan bisnisnya ke penjualan *online*. Shopee juga telah memanfaatkan secara langsung melalui kanal *ShopeeFood* sejak April 2020 dengan memasarkan produk makanan dan minuman yang tahan lama seperti *frozen food* dan minuman kemasan.

ShopeeFood merupakan fitur di aplikasi Shopee yang menawarkan layanan pesan antar makanan sesuai dengan permintaan pengguna. Saat ini, Shopee terus memperluas pasar mereka, sekaligus menjadi pesaing layanan pesan-antar makanan yang sudah lebih dulu dikenal masyarakat yaitu *GoFood* dan *GrabFood*.

Tabel 1.1 Pesaing Shopee (*Shopee Food*) dalam Pesan Antar Makanan

No.	Pesaing	Total Aktivitas Penjualan	Unduhan
1.	Shopee (<i>ShopeeFood</i>)	-	100 juta+
2.	Gojek (<i>GoFood</i>)	47%	50 juta+

3.	Grab (<i>GrabFood</i>)	53%	100 juta+
----	--------------------------	-----	-----------

Sumber: Katadata.co.id, 2023 (Jayani, 2021)

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa *GoFood* menguasai 47% total aktivitas penjualan sebesar US\$ 1,7 juta, sedangkan *GrabFood* mendekati US\$ 2 juta atau 53% dari total aktivitas penjualan. Sedangkan *Shopee (ShopeeFood)* belum memiliki total aktivitas penjualan dikarenakan *ShopeeFood* baru meluncurkan fitur pesan antar makanan di platform pada bulan April 2020 (Jayani, 2021). Sebagai tindak lanjut, *Shopee* mencari mitra pengemudi untuk *ShopeeFood* pada November 2020 dan telah memiliki 500 lebih mitra pedagang. Selain itu berdasarkan tabel di atas dapat menunjukkan bahwa aplikasi *Shopee* menguasai peta kompetisi dalam jasa layanan pesan antar makanan dengan unduhan tertinggi di Indonesia, mengungguli kedua pesaingnya seperti *Grab (GrabFood)* dan *Gojek (GoFood)*.

Andi Sukma, *Country Service Line Group Leader, Observer, Customer Experience & Channel Performance*, Ipsos Indonesia di Jakarta mengatakan *Shopee (ShopeeFood)* sebagai merek yang paling banyak digunakan dalam tiga bulan terakhir. Selain itu, belanja *online* atau pesan antar makanan menjadi paling diingat masyarakat Indonesia (Ridwan, 2022). *ShopeeFood* memiliki banyak keuntungan diantaranya, makanan langsung diantar mitra pengemudi, mendapat potongan atau gratis ongkir langsung, bisa memakai voucher dengan diskon 50% hingga Rp 25.000, terdapat berbagai pilihan menu, dan tersedia banyak *merchant* atau restoran unggulan (Winda, 2021). Berbagai keuntungan yang telah disebutkan, *Shopee* selalu menjaga kualitas pelayanan elektronik atau *e-service quality* dengan

maksimal agar konsumen merasakan kenyamanan dan ingin selalu menggunakan aplikasi Shopee khususnya *ShopeeFood*.

E-service quality atau yang dikenal sebagai *e-servqual* merupakan bagian dari *service quality (servqual)* atau kualitas pelayanan. Menurut Chase et al., (2006) kualitas layanan elektronik dibuat dan dikembangkan untuk mengevaluasi pelayanan di dunia *online*. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu dari eksistensi perusahaan atau industri yang berorientasi pada konsumen terlebih di tengah persaingan yang semakin ketat.

Parasuraman et al., (2005) menyatakan 7 dimensi dari *e-service quality*, yaitu: efisiensi (*efficiency*), fleksibilitas atau pemenuhan (*fulfillment*), ketersediaan sistem (*system availability*), privasi (*privacy*), daya tanggap (*responsiveness*), kompensasi (*compensation*), dan kontak (*contact*). Jika perusahaan memberikan pelayanan yang baik, maka akan meningkatkan kepuasan terhadap produk yang dijual. Hal ini sangat penting bagi *ShopeeFood* untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen, seperti adanya gratis biaya pengiriman makanan, tersedianya menu-menu pilihan dari *merchant*, sistem navigasi yang akurat dimana konsumen dapat mengetahui proses pemesanan dan pengiriman makanan, tampilan web yang mudah diakses, informasi lengkap seperti nama menu, deskripsi menu, dan juga harga, dan yang terpenting adalah pembayaran yang aman dan mudah sehingga konsumen puas dengan pelayanan yang disajikan oleh *ShopeeFood*. Adapun penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Juhria et al., 2021) bahwa terdapat pengaruh positif antara *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi *e-commerce* Shopee. Penelitian yang dilakukan oleh (Sajidah & Aulia, 2021)

menyimpulkan variabel *e-service quality* dan promosi secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *GrabFood*.

Salah satu *merchant* yang bekerjasama dengan *ShopeeFood* adalah restoran cepat saji ayam yang terkenal di Palembang bernama I Am Geprek Benu yang dibuka pada tanggal 8 Agustus 2017. Restoran ini sangat ramai dikunjungi karena tempatnya yang strategis dan mudah diakses berlokasi di Jl. Brigjen Pol Abdullah Kadir No. 410 C serta masyarakat mudah mengingat letak restoran ini dikarenakan hanya ada 1 outlet I Am Geprek Benu di Palembang. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yaitu pemilik I Am Geprek Benu bahwa besarnya kisaran pengunjung yang mendatangi restoran ini yaitu antara 72.000 hingga 100.000 orang setiap tahunnya dan rata-rata 200 hingga 300 orang berkunjung setiap hari.

Berikut adalah beberapa daftar restoran yang memiliki kemiripan menu dan lokasi terdekat dengan restoran I Am Geprek Benu berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari aplikasi *ShopeeFood* sebagai pembanding atau salah satu saingan bisnis restoran I Am Geprek Benu:

Tabel 1.2 Restoran Ayam Geprek di Kota Palembang

No.	Nama Restoran/Rumah Makan	Alamat
1.	Ayam Geprek Master Dempo	Jl. Lingkar 1 No.386 E, Ilir Timur 1
2.	Ayam Geprek Clarisa In Box	Jl. Lematang No.478, Ilir Timur 1
3.	Cobek Bakar Mas Agus	Jl. Lingkar 1 No.561, Ilir Timur 1
4.	Mrs Marche	Jl. Lingkar 1 No.559, Ilir Timur 1
5.	Molek Box	Jl. Aiptu Karel Satsuit Tubun Gg.Seblat No.24, Ilir Timur 1

No.	Nama Restoran/Rumah Makan	Alamat
6.	Ayam Geprek 86	Jl. Jend.Sudirman, Internasional Plaza Mall, Ilir Timur 1
7.	Ayam Geprek Taman Siswa	Jl. Taman Siswa Lr.Lingkis No.167, Ilir Timur 1
8.	Box & Co	Jl. Jend.Sudirman No.903-904, Ilir Timur 1
9.	Ayam Geprek Gold Chick	Jl. Jend.Sudirman No.100 GB, Ilir Timur 1
10.	Dapur Biru	Jl. Letnan Mukmin No.250, Ilir Timur 1
11.	Sambel Lalap Ayam Geprek Mbak Jumi	Jl. Letnan Mukmin No.250, Ilir Timur 1
12.	Ayam Geprek Mbak Lestari Jawa Timur	Jl. Letnan Mukmin No.253, Ilir Timur 1
13.	Ayam Gepuk Bumbu Bali Double M	Jl. Letnan Mukmin No.250, Ilir Timur 1
14.	Nasi Murah Meriah Mbak Salsa	Jl. Letnan Mukmin No.249, Ilir Timur 1

Sumber: Aplikasi *ShopeeFood*, 2022.

I Am Geprek Benu memiliki beberapa pesaing antara lain Restoran Ayam Geprek Master Dempo, Restoran Ayam Geprek Clarisa In Box dan sebagainya. Restoran I Am Geprek Benu sudah beroperasi selama 5 tahun dan menyajikan berbagai pilihan makanan serta minuman seperti nasi geprek, mie geprek, nasi geprek keju, ayam geprek, geprek keju, geprek leleh, cemilan: kulit ayam, kol goreng, tahu geprek, jamur geprek, dan minuman: air mineral, teh tawar, es teh manis dan lainnya.

Berdasarkan data yang ada dari aplikasi *ShopeeFood* bahwa Restoran I Am Geprek Benu memiliki *rating* sebesar 4,8 dibanding *GrabFood* dan *GoFood* yang dimana *ShopeeFood* memudahkan mencari yang dibutuhkan (*efficiency/efisiensi*). *ShopeeFood* mengirimkan dengan cepat dan tepat waktu apa yang dipesan (*fulfillment/pemenuhan*). *ShopeeFood* tidak membocorkan informasi pribadi konsumen kepada pihak lain (*privacy/privasi*). Selain itu, *ShopeeFood*

menyediakan beberapa pilihan yang mudah dalam pengembalian barang (*responsiveness/ketanggapan*). *ShopeeFood* mengirimkan notifikasi pada pelanggan jika produk sudah dikirimkan (*compensation/kompensasi*). Hal ini membuktikan *ShopeeFood* unggul dalam pemesanan makanan secara *online* dan banyak digandrungi berbagai kalangan terutama masyarakat kota Palembang. Alasan mengapa pelanggan tetap memilih setia dan menggunakan aplikasi *ShopeeFood* adalah kualitas layanan yang diberikan cocok dengan harapan konsumen. Memberikan pelayanan yang sangat baik dapat membantu mempertahankan pelanggan, terutama di industri jasa. Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci suatu keberhasilan usaha di tengah iklim persaingan yang semakin ketat ini.

Banyaknya restoran maupun rumah makan yang menyajikan ayam geprek di Palembang, menjadi tantangan tersendiri bagi I Am Geprek Benu untuk bertahan dalam persaingan industri makanan geprek yang sangat kompetitif. Maka dari itu restoran I Am Geprek Benu wajib memberikan pelayanan yang baik dan maksimal agar pelanggan tetap datang kembali ke I Am Geprek Benu. Demi kelangsungan dan kemakmuran restoran, restoran harus berinovasi agar pelayanan yang ditawarkan memuaskan pelanggan atau konsumennya.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk menjadikan I Am Geprek Benu sebagai objek penelitian karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar *e-service quality* atau kualitas pelayanan elektronik mempengaruhi kepuasan konsumen I Am Geprek Benu dalam mempertahankan restorannya pada

persaingan bisnis yang ketat saat ini dan variabel kualitas pelayanan mana yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran I Am Geprek Benu Palembang. Berdasarkan uraian tadi, maka penelitian ini berjudul “ANALISIS *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA I AM GEPREK BENSU”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan konteks tadi, maka dapat ditarik pokok permasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen I Am Geprek Benu Palembang secara parsial dan simultan?
2. Variabel *e-service quality* mana yang memiliki pengaruh dominan terhadap konsumen I Am Geprek Benu Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis apakah *e-service quality* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen I Am Geprek Benu Palembang.
2. Mengidentifikasi serta menganalisis variabel *e-service quality* yang memiliki dampak terbesar terhadap kepuasan konsumen I Am Geprek Benu Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang ditunjukkan yaitu:

Hasil dari penelitian ini dapat menambah dan mengembangkan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu dalam manajemen pemasaran tentang analisis *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 708–720. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.385>
- Anam, F. H., & Saputri, M. E. (2020). *Pengaruh Service Quality Pada Kepuasan Pelanggan Tokopedia Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom*. 7(2), 6353–6362.
- Anita Tobagus. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *AGORA Jurnal Mahasiswa Bisnis Manajemen*, 6(1), 1–10.
- Billyarta, G. W., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee Di Sleman Diy. *Jurnal Optimal*, 18(1), 41–62.
- Buchari, A. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage*.
- Clinton, B. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212,9 Juta di Awal 2023*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-9-juta-di-awal-2023?page=all#:~:text=Pada 2022 lalu%2C We Are,di Indonesia berkisar 202 juta.&text=Artinya%2C jumlah pengguna internet di,5 persen dari tahun sebel>
- Firdha, S., Putri, A., & Marlina, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Konsumen. *Forum Ekonomi*, 23(3), 463–474. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Irwansyah, A., & Mappadeceng, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Toko online Buka Lapak. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 3(2), 128. <https://doi.org/10.33087/jmas.v3i2.50>
- Jayani, D. H. (2021). *Persaingan Bisnis Pesan Makanan Semakin Sengit*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/600a4fc71b528/persaingan-bisnis-pesan-makanan-semakin-sengit>
- Jayaputra, R., & Sesilya. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Customer Satisfaction Pada Peng.

Universitas Kristen Petra, 10(1).

- Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal Fauzi, F., Yusuf, A., & Ekonomi Bisnis Universitas Singaperbangsa, F. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnalmanajemen, 13(1)*, 55–62.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran* (A. Widyantoro (ed.); 93rd ed.). PT Pabelan Surakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (A. S.E. Maulana, D. S.E. Barnadi, & W. M.M. Hardani (eds.); 12 Jilid 1). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (12 jilid 2). Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Marketing Management (Jilid 1 dan 2)*. Prehalindo: Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (A. S.E. Maulana & Y. S. S.Sos Hayati (eds.); 13th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, I. C., & Remiasa, M. (2022). Analisa E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Online Di Zalora Indonesia. *Jurnal Manajemen Perhotelan, 7(2)*, 75–83. <https://doi.org/10.9744/jmp.7.2.75-83>
- Najib, R. G., Dewi, R. S., & Suryoko, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Lazada di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 11(2)*, 347–358. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34731>
- Ndun, L. A. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Layanan Internet Indihome. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 3(1)*, 78–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4929>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). *E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality. Journal of Service Research, 7(3)*, 213–233. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Pradnyadewi, L. P. A., & Giantari, I. A. . (2022). Effect of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Tokopedia Customers in Denpasar. *European Journal of Business and Management Research, 7(2)*, 200–204. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1297>
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 18(02)*, 12–31. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438>

- Rakasiwie, B., & Ekasasi, S. R. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Penjual Online pada Situs Bukalapak. Com. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 173.
- Ridwan. (2022). *Shopee Juara e-Commerce, Terbanyak Digunakan Masyarakat*. INDUSTRY.Co.Id. <https://www.industry.co.id/read/101487/shopee-juarai-e-commerce-terbanyak-digunakan-masyarakat>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Safitri, A., Kusumastuti, E., & Haryanti, T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto). *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta)*, 2(1), 12–20. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakaaktiva.v2i1.137>
- Sajidah, R. S., & Aulia, P. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Grabfood. *ProBank*, 6(2), 179–191. <https://doi.org/10.36587/probank.v6i2.1019>
- Sanusi, A. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis* (D. A. Halim (ed.); Ketiga). Salemba Empat.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta, Bandung.
- Tiffani, T., & Mulyandi, M. R. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Mobile. *Prosiding Seminar Dan Lokakarya Kualitatif Indonesia 2019*, 135–140. <https://doi.org/10.33510/slki.2019>
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4th ed.). Andi: Yogyakarta.
- Ulum, F., & Muchtar, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 68–72. <https://doi.org/10.33365/jtk.v12i2.156>
- Virgianne, Y., Ariani, N. M., & Suarka, F. M. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara di AiryRooms Kecamatan Kuta Bali. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 3(1), 108–125.
- 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>
- Winda. (2021). *Kenali Fitur Layanan Shopee Food dengan 5 Keuntungan yang*

Ditawarkan. Cerdasbelanjagrid.Id.
<https://cerdasbelanja.grid.id/read/522651946/kenali-fitur-layanan-shopee-food-dengan-5-keuntungan-yang-ditawarkan?page=all>

Wungkana, F. A., & Santoso, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Kecantikan Sociolla. *Jurnal Agora*, 9(2), 1–5.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/11578>

Yesika, A. P. (2021). *Pengaruh E-Servqual Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sistem Self Order Kiokk (SOK) (Studi Kasus : Fast Food Restaurant di Indonesia)*.