

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN CUSTOMER B2B (*BUSINESS TO BUSINESS*)
'BUKAPENGADAAN' BUKALAPAK**



BELLA SABRINA

1161923013

**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Bella Sabrina

NIM : 1161923013

Tanda Tangan : 

Tanggal : 01 November 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Bella Sabrina
NIM : 1161923013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan
Customer B2B (*Business to Business*) 'BukaPengadaan'
Bukalapak

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dessy Kania, B.A., M.A



Pembimbing II : M. Th. Anitawati, Ir., MS, M.Sc



Penguji I : Suharyanti, M.S.M



Penguji II : Hanny Nurahmawati, M.Ikom



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 08 Desember 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkah dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir yang berjudul ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Customer B2B (Business to Business) ‘BukaPengadaan Bukalapak’.

Penulis sadar bahwa Tugas Karya Akhir ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak masa perkuliahan sampai para tahap penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Ilham Nur selaku ayah penulis dan Nur Hidayati selaku ibu penulis yang selalu memberikan dukungan moril, materi, kasih sayang, dan doa.
2. Hira Laraya dan Hada Melino Muhammad selaku saudara kandung.
3. Dra. Suharyanti, M.S.M, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
4. Dessy Kania, B.A., M.A. dan M.Th. Anitawati, Ir., MS, M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik dan benar.
5. Teman-teman batch 7 Universitas Bakrie yang sudah menemani penulis selama 1,5 tahun di kelas untuk menyelesaikan kuliah di Univeristas Bakrie
6. Bukalapak sebagai tempat penulis mencari data dan tempat penulis bekerja.
7. Seluruh dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Kelas Karyawan Universitas Bakrie yang telah mengajar penulis selama satu setengah tahun. Terima kasih atas pemberian ilmu yang begitu berharga.
8. Mas Taufik dan seluruh staf Program Studi Ilmu Komunikasi Kelas Karyawan Universitas Bakrie atas segala bantuan pengurusan proses akademik penulis.

Dalam penulisan karya akhir ini, penulis menyadari masih adanya kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi penyempurnaan karya akhir ini. Penulis berharap karya akhir ini dapat memberikan manfaat untuk para pembaca.

Jakarta, 01 November 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Bella Sabrina', written in a cursive style.

Bella Sabrina

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bella Sabrina
NIM : 1161923013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive RoyaltyFree Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
CUSTOMER B2B (BUSINESS TO BUSINESS) 'BUKAPENGADAAN' BUKALAPAK

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 21 Oktober 2018

Yang menyatakan



Bella Sabrina

ABSTRAK

Bukalapak merupakan salah satu *online marketplace* terkemuka di Indonesia yang dimiliki dan dijalankan oleh PT. Bukalapak. Bukalapak menyediakan sarana penjualan dari konsumen-ke-konsumen di mana pun. Siapa pun bisa membuka toko secara *online* untuk kemudian melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia baik satuan ataupun dalam jumlah banyak.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dari Bukalapak terhadap tingkat kepuasan pelanggan khususnya customer B2B dari BukaPengadaan. Teknik pengumpulan data menggunakan *simple random sampling* dengan metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teknik analisis yaitu regresi linier berganda. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 71 responden yang merupakan customer dari BukaPengadaan.

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh simultan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), dengan kontribusi pengaruh sebesar 67,5%. Dari hasil penelitian sebagian besar indikator-indikator kualitas pelayanan sudah memiliki nilai yang baik, adapun hasil dari dimensi-dimensi lain yang di kemudian hari bisa ditingkatkan lagi agar Bukalapak menjadi lebih baik.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, BukaPengadaan, Kepuasan Pelanggan, Bukalapak.

ABSTRACT

Bukalapak is one of the most favourite online marketplace from Indonesia which run by PT. Bukalapak. Bukalapak itself provides selling spot from customer to customer everywhere. Everybody could sell their products through online and then serve their own buyer from all over Indonesia whether its units or in a large quantities.

The main purposes wanted to be reached within this research is knowing how the service quality from Bukalapak can affect the customer satisfaction especially B2B customer from BukaPengadaan. Using simple random sampling to collect the data with quantitative method and the analytics of multiple regression linear. The numbers of this sample is 71 respondent which all are the customer from BukaPengadaan.

The results of these research is service quality variable (X) which impacted a significant towards the customer satisfaction variable (Y), with contribution numbers of 67,5%. From the final numbers of the research half of the service quality indicators have a good point. As for the result from the other dimensions which is in the future Bukalapak will improve to getting much better.

Keywords: *Service Quality, BukaPengadaan, Customer Satisfaction, Bukalapak, Online marketplace*

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan dalam Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Tinjauan Penelitian Terkait Kerangka Teoretis.....	21
2.2.1 Pengertian Market Place.....	21
2.2.1.1 Manfaat E-Market Place untuk pelanggan.....	22
2.2.2 Kualitas Pelayanan	22
2.2.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	26
2.2.3 Kepuasan Pelanggan.....	28
2.2.3.1 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	30
2.2.3.2 Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis.....	35
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	36

3.1	Metode Penelitian.....	36
3.2	Populasi dan Sampling.....	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampling.....	37
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1	Sumber Data.....	38
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4	Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	39
3.5	Metode Analisis Data.....	42
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	42
3.5.1.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	42
3.5.1.2	Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	42
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	43
3.6.1	Uji Validitas.....	43
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7	Teknik Analisis Data.....	45
3.7.1	Analisis Lineal Regresi Berganda.....	45
3.7.2	Uji Signifikasi.....	46
3.7.2.1	Uji F.....	46
3.7.2.2	Uji T.....	46
3.8	Keterbatasan Dan Batasan Penelitian.....	47
BAB IV		
PEMBAHASAN.....		
4.1	Profil Objek Penelitian.....	48
4.1.1	BukaPengadaan Bukalapak.....	48
4.2	Hasil Penelitian.....	51
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	51
4.2.2	Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	59
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	63
4.2.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	66
4.2.4.1	Analisis Linear Regresi Berganda.....	66
4.2.4.2	Uji Signifikansi Serempak (Uji F).....	67
4.2.4.3	Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	68

4.3	Pembahasan.....	70
4.3.1	Pengaruh antara dimensi <i>tangible</i> pada kualitas pelayanan BukaPengadaan Bukalapak terhadap kepuasan konsumen.....	70
4.3.2	Pengaruh antara dimensi <i>emphaty</i> pada kualitas pelayanan BukaPengadaan Bukalapak terhadap kepuasan konsumen.....	71
4.3.3	Pengaruh antara dimensi <i>responsiveness</i> pada kualitas pelayanan BukaPengadaan Bukalapak terhadap kepuasan konsumen.....	72
4.3.4	Pengaruh antara dimensi <i>reliability</i> pada kualitas pelayanan BukaPengadaan Bukalapak terhadap kepuasan konsumen.....	73
4.3.5	Pengaruh antara dimensi <i>assurance</i> pada kualitas pelayanan BukaPengadaan Bukalapak terhadap kepuasan konsumen.....	74
 BAB V		
KESIMPULAN		
5.1	Simpulan.....	75
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		77
LAMPIRAN.....		81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gamabr 1.2 Marketplace di Indonesia.....	2
Gambar 1.3 Homepage Bukalapak.....	3
Gambar 1.4 BukaPengadaan Bukalapak.....	5
Gambar 1.5 BukaPengadaan Bukalapak	8
Gambar 2.1 Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan.....	24
Gambar 4.1 Dashboard Fitur BukaPengadaan.....	49
Gambar 4.2 Pengadaan Baru BukaPengadaan.....	50
Gambar 4.3 Grafik Responden Berdasarkan Bidang Usaha.....	51
Gambar 4.4 Grafik Responden Berdasarkan Divisi.....	52
Gambar 4.5 Grafik Histogram Penyebaran Data.....	64
Gambar 4.6 Grafik Uji Heteroskedastisitas.....	66

Daftar Tabel

Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.1	Penilaian Responden Terhadap Responden (XI).....	53
Tabel 4.2	Penilaian Responden Terhadap Emphaty (X2).....	54
Tabel 4.3	Penilaian Responden Terhadap Responsiveness (X3).....	55
Tabel 4.4	Penilaian Responden Terhadap Reliability (X4).....	56
Tabel 4.5	Penilaian Responden Terhadap Assurance (X5).....	57
Tabel 4.6	Penilaian Responden Terhadap Costumer Satisfaction (Y).....	58
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	59
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Kepuasan.....	60
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	60
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan.....	61
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan.....	63
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan.....	65
Tabel 4.13	Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.14	Hasil Uji T.....	66