

**ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN PELANGGAN *E-COMMERCE A*  
DAN *E-COMMERCE B* DI DKI JAKARTA DITINJAU DARI  
*E-SERVICE QUALITY***

**TUGAS AKHIR**



**Disusun Oleh:**

**SAMRA GINOLA ROBERTO RUMAHORBO**

**1161001102**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2020**

**ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN PELANGGAN *E-COMMERCE A*  
DAN *E-COMMERCE B* DI DKI JAKARTA DITINJAU DARI  
*E-SERVICE QUALITY***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Disusun Oleh:**

**SAMRA GINOLA ROBERTO RUMAHORBO**

**1161001102**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2020**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang di kutip maupun di rujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Samra Ginola Roberto Rumahorbo**



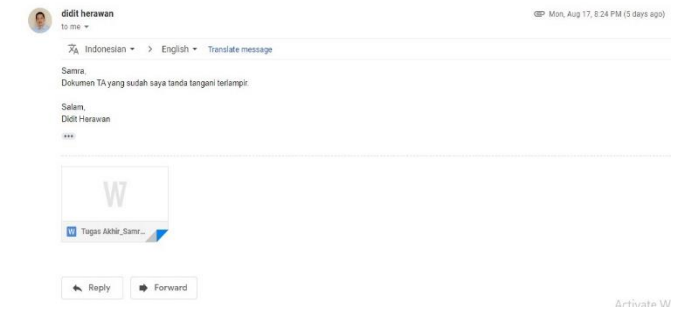
**NIM : 1161001102**

**Tanda Tangan:**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Samra', with a horizontal line underneath it.

**Tanggal : 17 Agustus 2020**

**HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING**

<p><b>NAMA MAHASISWA / NIM</b></p>	<p>Samra Ginola Roberto Rumahorbo / 116101102</p>
<p><b>JUDUL SKRIPSI</b></p>	<p><b>ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN PELANGGAN <i>E-COMMERCE A</i> DAN <i>E-COMMERCE B</i> DI DKI JAKARTA DITINJAU DARI <i>E-SERVICE QUALITY</i></b></p>
<p><b>DISETUJUI TANGGAL</b></p>	<p>17 Agustus 2020</p>
<p><b>PEMBIMBING (Holila Hatta, S.Pd., M.M.)</b></p>	
<p><b>PENGUJI 1 (Dr. Suwandi, SE., M.Si.)</b></p>	
<p><b>PENGUJI 2 (Dr. Ir. Didit Herawan, MBA.)</b></p>	

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih, dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari selama proses penulisan Tugas Akhir ini banyak mengalami kendala. Namun, berkat bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak, penulis mampu menghadapi segala kendala yang ada. Ungkapan Terima kasih ini ingin penulis sampaikan kepada:

1. Orang tua tersayang, Handa Tahi Tagor Rumahorbo dan Roslina Silaban yang dengan ketulusan hati selalu mendoakan, memberikan motivasi dan semangat, serta dorongan moril maupun material kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Adik-adik tersayang, Hansen Gonzales Rumahorbo dan Hanna Jayatri Rumahorbo yang selalu memberikan semangat dan doanya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Keluarga penulis, terutama kepada Tante Lia dan Tante Dina yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan doanya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ibu Holila Hatta, S.Pd, M.M selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta dengan sabar memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat untuk penyelesaian tugas akhir penulis. Tidak lupa terima kasih penulis ucapkan atas motivasi dan dukungan yang diberikan agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
5. Bapak Aurino Rilman Adam Djamaris, Ir, MM.s yang penulis anggap sebagai dosen pembimbing kedua penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta sabar dalam membimbing penulis

dalam pengolahan data agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

6. Dosen pembahas dan dosen penguji tugas akhir yang telah membantu memberi arahan dan masukan kepada penulis sehingga tugas akhir dapat terus diperbaiki dan ditingkatkan menjadi lebih baik lagi.
7. Segenap dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu, pengetahuan dan pengalamannya kepada penulis.
8. Kekasih penulis, PGM yang senantiasa memberi semangat, dukungan, doa, dan rela meluangkan waktu dan pikirannya untuk selalu membantu dan menjadi teman diskusi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
9. Sahabat dan teman seperjuangan penulis, Sharky, Arvi, Laili, Ricky dan juga sahabat Olive House yang selalu memberikan dukungan moril dan masukan kepada penulis selama proses penyelesaian tugas akhir.
10. Terakhir kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Akhir kata penulis berharap semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Jakarta, Agustus 2020

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Samra Ginola Roberto Rumahorbo  
NIM : 1161001102  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Fee Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE A DAN E-COMMERCE B DI DKI JAKARTA DITINJAU DARI E-SERVICE QUALITY**

berserta 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 dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 17 Agustus 2020

Yang menyatakan



Samra Ginola Roberto Rumahorbo

**ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN PELANGGAN *E-COMMERCE A*  
DAN *E-COMMERCE B* DI DKI JAKARTA DITINJAU DARI  
*E-SERVICE QUALITY***

Samra Ginola Roberto Rumahorbo<sup>1</sup>

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan kepuasan pelanggan *E-Commerce A* dan *E-Commerce B* dari segi *E-Service Quality*. Dimana terdapat tujuh dimensi yang terdiri dari *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*. Metode analisis data menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)* dan uji hipotesis menggunakan *Independent Samples T-Test*. Hasil penelitian ini secara umum menunjukkan bahwa pelanggan sudah merasa puas dengan kinerja yang diberikan oleh *E-Commerce A* dan *E-Commerce B*, tetapi masih ada beberapa perbaikan yang perlu dilakukan. Berdasarkan diagram kartesius *Importance Performance Analysis (IPA)*, *E-Commerce A* memiliki satu indikator yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan dan sembilan indikator yang harus dipertahankan. Selain itu terdapat satu indikator yang memiliki gap yang tinggi yang perlu diperbaiki. Sedangkan untuk *E-Commerce B* tidak terdapat indikator yang berada dalam prioritas perbaikan utama dan sepuluh indikator yang harus dipertahankan. Selain itu terdapat empat indikator yang memiliki nilai gap yang tinggi yang perlu diperbaiki oleh *E-Commerce B*. Sementara untuk hasil uji hipotesis, terdapat perbedaan pada dimensi *efficiency* dan *privacy* pada pengguna *E-Commerce A* dan *E-Commerce B*. Pengguna *E-Commerce B* lebih puas dengan *efficiency* dan *privacy* yang diberikan oleh *E-Commerce B* daripada *E-Commerce A*. Dengan nilai *mean efficiency*  $4,56 > 4,21$  untuk *E-Commerce B*. Sementara untuk nilai rata-rata dari *privacy*  $4,42 > 3,96$  untuk *E-Commerce B*.

Kata kunci: *E-Service Quality*, *Kepuasan Pelanggan*, *Importance Performance Analysis (IPA)*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie



**COMPARATIVE ANALYSIS OF E-COMMERCE A AND E-COMMERCE B  
CUSTOMER SATISFACTION IN DKI JAKARTA BASED ON E-SERVICE  
QUALITY**

Samra Ginola Roberto Rumahorbo<sup>2</sup>

---

**ABSTRACT**

*This study aims to compare the satisfaction of E-Commerce A and E-Commerce B customers based on E-Service Quality. This study uses seven E-Service Quality dimensions consisting of efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, and contact. This study used Importance Performance Analysis (IPA) method to determine the attributes that made customers not satisfying and Independent Samples T-Test for hypothesis testing to determine there was a significant difference in comparison between E-Commerce A and E-Commerce B customer satisfaction based on e-service quality dimension. The result showed that the customers are satisfied with E-Commerce A and Shope service's but there are some improvement to do. Based on IPA analysis, E-Commerce A has one attribute on top priority to improve and nine attribute must be maintained. In addition, there is one indicator that has a high gap that needs to be supported. Meanwhile for E-Commerce B there are no attributes on top priority to improve and ten attributes must be maintained. But, there are four indicators that have high gap values that E-Commerce B needs to improve. The result of hypothesis testing, there are significant difference in efficiency and privacy dimension of E-Commerce A and E-Commerce B customers. E-Commerce B users are more satisfied in efficiency and privacy than E-Commerce A users. With the mean of efficiency is  $4,56 > 4,21$  for E-Commerce B and mean of privacy is  $4,42 > 3,96$  for E-Commerce B.*

*Keywords: E-Service Quality, Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis (IPA)*

---

<sup>2</sup> Student of Universitas Bakrie, Management Major

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING .....</b>	<b>iv</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II.....</b>	<b>9</b>
2.1 <i>E-Service Quality</i> .....	9
2.2 Kepuasan Pelanggan .....	11
2.3 Penelitian Terdahulu .....	14
2.4 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	17
<b>BAB III .....</b>	<b>19</b>
3.1 Operasional Variabel.....	19
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	20
3.2.1 Populasi.....	20
3.2.2 Sampel.....	21
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	22
3.3.1 Sumber Data.....	22
3.3.2 Skala Pengukuran.....	22
3.4 Uji Instrumen Penelitian.....	23
3.4.1 Uji Validitas .....	23

3.4.2	Uji Reliabilitas .....	23
3.5	Metode Analisis Data .....	24
3.5.1	<i>Importance Performance Analysis</i> .....	24
3.5.2	Uji Normalitas.....	27
3.5.3	Uji Homogenitas .....	27
3.5.4	Uji Hipotesis .....	28
<b>BAB IV</b>	.....	<b>29</b>
4.1	Pre-Test Kuesioner .....	29
4.2	Analisis Karakteristik Responden .....	32
4.3	Analisis Demografi .....	34
4.3.1	Analisis Demografi Berdasarkan Kategori Jenis Kelamin .....	34
4.3.2	Analisis Demografi Berdasarkan Kategori Usia.....	35
4.3.3	Analisis Demografi Berdasarkan Kategori Pendidikan Saat Ini .....	37
4.3.4	Analisis Demografi Berdasarkan Kategori Pekerjaan .....	39
4.3.5	Analisis Demografi Berdasarkan Kategori Domisili .....	40
4.3.6	Analisis Demografi Berdasarkan Kategori Pengeluaran per Bulan.....	43
4.4	Analisis Uji Instrumen .....	46
4.4.1	Uji Validitas .....	46
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	49
4.5	Analisis Deskriptif.....	50
4.5.1	Analisis Deskriptif Tingkat Kepuasan Pelanggan <i>E-Commerce A</i> .....	50
4.5.2	Analisis Deskriptif Tingkat Kepuasan Pengguna <i>E-Commerce B</i> .....	53
4.6	Hasil Penelitian .....	56
4.6.1	<i>Importance Performance Analysis</i> .....	56
4.6.2	Prioritas Perbaikan Indikator .....	64
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	67
4.7.1	<i>Importance Performance Analysis</i> .....	67
4.7.2	Prioritas Perbaikan Indikator .....	79
4.8	Uji Normalitas Data .....	81
4.9	Uji Homogenitas .....	82
4.10	Uji Hipotesis.....	83

<b>BAB V .....</b>	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Pengguna Internet Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Aktivitas Pelanggan E-commerce Indonesia .....	2
Gambar 1.3 Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat .....	3
Gambar 1.4 Daftar 10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar .....	4
Gambar 1.5 Keluhan Pelanggan <i>E-Commerce A</i> .....	6
Gambar 1.6 Keluhan Pelanggan <i>E-Commerce B</i> .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	17
Gambar 3.1 Kuadran Impotance Performance Analysis.....	26
Gambar 4.1 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis <i>E-Commerce A</i> .	60
Gambar 4.2 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis <i>E-Commerce B</i> .	62
Gambar 4.3 Grafik Independent Sample T-Test Efficiency .....	86
Gambar 4.4 Grafik Independent Sample T-test Fulfillment .....	87
Gambar 4.5 Grafik Independent Sample T-Test System Availability .....	87
Gambar 4.6 Grafik Independent Sample T-test Privacy .....	88
Gambar 4.7 Grafik Independent Sample T-test Responsiveness .....	89
Gambar 4.8 Grafik independent Sample T-test Compensation .....	90
Gambar 4.9 Grafik Independent Sample T-test Contact.....	90

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Dampak Perbandingan Kinerja dan Harapan.....	12
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	19
Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kepentingan <i>E-Commerce A</i> (Pre-Test).....	29
Tabel 4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan <i>E-Commerce A</i> (Pre-Test) .....	30
Tabel 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Kepentingan <i>E-Commerce B</i> (Pre-Test).....	31
Tabel 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan <i>E-Commerce B</i> (Pre-Test) .....	31
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Pengguna <i>E-Commerce A</i> .....	32
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Pengguna <i>E-Commerce B</i> .....	33
Tabel 4.7 Data Demografi <i>E-Commerce A</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.8 Data Demografi <i>E-Commerce B</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.9 Data Demografi <i>E-Commerce A</i> Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.10 Data Demografi <i>E-Commerce B</i> Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.11 Data Demografi <i>E-Commerce A</i> Berdasarkan Pendidikan Saat Ini.....	37
Tabel 4.12 Data Demografi <i>E-Commerce B</i> Berdasarkan Pendidikan Saat Ini.....	38
Tabel 4.13 Data Demografi <i>E-Commerce A</i> Berdasarkan Pekerjaan .....	39
Tabel 4.14 Data Demografi <i>E-Commerce B</i> Berdasarkan Pekerjaan .....	40
Tabel 4.15 Data Demografi <i>E-Commerce A</i> Berdasarkan Domisili .....	41
Tabel 4.16 Data Demografi <i>E-Commerce B</i> Berdasarkan Domisili .....	42
Tabel 4.17 Data Demografi <i>E-Commerce A</i> Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	43
Tabel 4.18 Data Demografi <i>E-Commerce B</i> Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	45
Tabel 4.19 Uji Validitas (Kepentingan) <i>E-Commerce A</i> .....	46
Tabel 4.20 Uji Validitas (Kepuasan) <i>E-Commerce A</i> .....	47
Tabel 4.21 Uji Validitas (Kepentingan) <i>E-Commerce B</i> .....	48
Tabel 4.22 Uji Validitas (Kepuasan) <i>E-Commerce B</i> .....	48
Tabel 4.23 Uji Realibilitas (Kepentingan) <i>E-Commerce A</i> .....	49
Tabel 4.24 Uji Realibilitas (Kepuasan) <i>E-Commerce A</i> .....	49
Tabel 4.25 Uji Realibilitas (Kepentingan) <i>E-Commerce B</i> .....	50
Tabel 4.26 Uji Realibilitas (Kepuasan) <i>E-Commerce B</i> .....	50
Tabel 4.27 Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pengguna <i>E-Commerce A</i> .....	51
Tabel 4.28 Hasil Analisis Kepuasan Pengguna <i>E-Commerce B</i> .....	53
Tabel 4.29 Tingkat Kesesuaian (TKi) <i>E-Commerce A</i> .....	56
Tabel 4.30 Tingkat Kesesuaian (TKi) <i>E-Commerce B</i> .....	57
Tabel 4.31 Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja <i>E-Commerce A</i> .....	58
Tabel 4.32 Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja <i>E-Commerce B</i> .....	59
Tabel 4.33 Perbaikan Prioritas Atribut <i>E-Commerce A</i> .....	64
Tabel 4.34 Perbaikan Prioritas Atribut <i>E-Commerce B</i> .....	65

Tabel 4.35 Uji Normalitas.....	82
Tabel 4.36 Hasil Uji Homogenitas.....	83
Tabel 4.37 Tabel Independent Sample T-test .....	84