



ANALISIS KUALITAS LAYANAN TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DENGAN METODE *E-SERVQUAL* DAN IPA

Hak cipta milik UIN Suska Riau

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer pada
Program Studi Sistem Informasi

Oleh:

HUMAIROH

11750324889



UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU

2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

University of Sultan Syarif Kasim Riau



LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN TIKTOK SHOP TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA DENGAN METODE E-SERVQUAL
DAN IPA**

TUGAS AKHIR

Oleh:

HUMAIROH
11750324889

Telah diperiksa dan disetujui sebagai Laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 22 Januari 2024

Ketua Program Studi

Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.
NIP. 198307162011011008

Pembimbing

Dr. M. Luthfi Hamzah, B.IT., M.Kom.
NIP. 199001242019031017

UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN TIKTOK SHOP TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA DENGAN METODE E-SERVQUAL
DAN IPA**

TUGAS AKHIR

Oleh:

HUMAIROH
11750324889

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 08 Januari 2024

Pekanbaru, 08 Januari 2024
Mengesahkan,

Ketua Program Studi

Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.
NIP. 198307162011011008

Dekan

Dr. Hartono, M.Pd.
NIP. 196403011992031003

DEWAN PENGUJI:

Ketua : Syaifullah, SE., M.Sc.

Sekretaris : Dr. M. Luthfi Hamzah, B.IT., M.Kom.

Anggota 1 : Tengku Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom.

Anggota 2 : Mona Fronita, S.Kom., M.Kom.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Himpunan Cipta milik UIN Suska Riau
Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Humairoh
 NIM : 11750324889
 Tempat/ Tgl. Lahir : Salatpanjang, 13 Agustus 1999
 Fakultas/Pascasarjana : Sains dan Teknologi
 Prodi : Sistem Informasi
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

ANALISIS KUALITAS LAYANAN TIKTOK SHOP
 TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DENGAN
 METODE E-SERVQUAL DAN IPA

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Tesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Tesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Tesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 26 Januari 2024



membuat pernyataan

Humairoh
 Humairoh
 NIM: 11750324889

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir ini tidak diterbitkan namun terdaftar dan tersedia pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi ke perpustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikuti kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada *form* peminjaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diuraikan dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 08 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,

HUMAIROH

NIM. 11750324889

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERSEMBAHAN



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah Rabbil 'Alamiin, Sembah sujud serta syukur kepada Allah *Subhanahu Wa Ta 'ala* atas taburan cinta dan kasih sayang-Mu yang telah memberikanku kesehatan, kekuatan, dan membekaliku ilmu. Atas karunia yang Engkau berikan serta kemudahan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan atas kehadiran Nabi Muhammad *Shallahu 'Alaihi Wa sallam* dengan mengucapkan *Allahumma Sholli 'ala Sayyidina Muhammad Wa 'ala Ali Sayyidina Muhammad*. Semoga kita semua selalu senantiasa mendapatkan syafa 'at-Nya di dunia dan di akhirat, *aamiin ya rabbal 'alaamiin*. Kupersembahkan karya sederhanaku ini sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih tak terhingga kepada dua orang sosok yang sangat berarti dan sangatku sayangi.

Ayahanda dan Ibunda Tercinta

Ayah dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang secara doa, dukungan, ridho, dan cinta kasih sayang yang tak terhingga. Terima kasih atas segala kebaikan dan pengorbanan yang telah kalian lakukan untuk anakmu ini. Saya akan selalu mendoakan yang terbaik untuk Ayah dan Ibu agar bahagia dunia dan akhirat, serta diberikan kesehatan dan rezeki yang berlimpah. Seluruh kebaikan yang Ayah dan Ibu berikan tidak akan bisa terbalaskan, hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan ini. Semoga ini adalah langkah awal bagiku untuk membuat Ayah dan Ibu bangga, Ayah dan ibu yang selalu membuatku termotivasi, selalu ridho setiap langkahku untuk perjuanganku kedepannya.

Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Keluarga Besar Program Studi Sistem Informasi termasuk Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu kepada saya selama masa perkuliahan, kemudian saya mengucapkan terima kasih kepada Pegawai dan Staff yang telah membantu saya dalam urusan administrasi selama perkuliahan. Tidak lupa juga saya mengucapkan terima kasih kepada teman-teman seangkatan yang telah berjuang bersama. Semoga kita semua selalu diberikan keberkahan, rahmat, serta karunia-Nya *Aamiin*.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Alamiin, segala puji bagi Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, penulis menyampaikan rasa syukur atas nikmat, karunia, dan rahmat-Nya yang tidak terbatas, sehingga penulis berhasil menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **"Analisis Kualitas Layanan Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Metode E-Servqual Dan IPA"**. Tidak lupa, sholawat serta salam senantiasa disampaikan kepada Nabi Muhammad *Shallahu 'Alaihi Wa sallam* junjungan seluruh alam dengan mengucapkan *Allahumma Sholli'ala Sayyidina Muhammad Wa'ala Ali Sayyidina Muhammad*. Tugas Akhir ini merupakan bagian dari persyaratan akademik untuk meraih gelar Sarjana Komputer di Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak telah turut berkontribusi membantu, memberikan motivasi, semangat, dan doa, serta membimbing penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan doa kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hairunnas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Bapak Eki Saputra, S.Kom., M.Kom sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi.
4. Ibu Siti Monalisa, ST., M.Kom sebagai Sekretaris Program Studi Sistem Informasi.
5. Bapak Dr. Muhammad Luthfi Hamzah, B.IT., M.Kom sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan memberikan kritik, motivasi, semangat, serta saran dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
6. Bapak Tengku Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom sebagai Dosen Penguji I sekaligus Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan, saran, serta kritik dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Ibu Mona Fronita, S.Kom., M.Kom sebagai Dosen Penguji II yang sudah meluangkan waktu dan memberikan arahan, serta kritik dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Bapak Syaifullah, SE., M.Sc selaku Ketua Sidang yang sudah meluangkan waktu dan memberikan arahan, serta kritik dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Sistem Informasi yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis.

Seluruh Pegawai dan Staff Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dan mempermudah proses administrasi selama perkuliahan ini.

Kepada Ayahanda Jamaluddin dan Ibunda Nurhayati, terima kasih yang tiada hentinya sebagai motivator utama dalam penyelesaian Tugas Akhir Karena telah memberikan dukungan berupa moril maupun material dan doa, perhatian, kasih sayang, dan semangat yang tiada henti.

Kepada saudara kandung penulis, Muhammad Khori dan keluarga besar yang memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada penulis hingga selesainya Tugas Akhir ini.

Kepada sahabatku Marsitah yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan doa agar saya bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Kepada teman-teman Ucy, Uya, Ica, Ayi, dan Oci yang sudah memberikan kontribusi, motivasi, doa dan semangat hingga saat ini.

15. Kepada teman-teman Nia, Aulan, dan Fitria yang telah memberikan semangat, kontribusi, motivasi, dan dukungan.

16. Kepada teman-teman seangkatan Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah berjuang bersama dalam meraih mimpi dan masa depan.

17. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, yang telah terlibat dalam perjuangan penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis sangat menyadari dalam penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan Tugas Akhir ini. Diharapkan Tugas Akhir ini memberikan manfaat kepada pembaca dan kita semua khususnya pada bidang Sistem Informasi, *Aamiin*. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 22 Januari 2024

Penulis,

HUMAIROH

NIM. 11750324889



ANALISIS KUALITAS LAYANAN TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DENGAN METODE *E-SERVQUAL* DAN IPA

HUMAIROH
NIM: 11750324889

Tanggal Sidang: 08 Januari 2024
Periode Wisuda:

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. Soebrantas, No. 155, Pekanbaru

ABSTRAK

Berkembangnya kemajuan teknologi informasi khususnya internet menyebabkan pesatnya perkembangan bisnis yang dilakukan secara *online*. Peningkatan pengguna internet yang cukup pesat memberikan pengaruh pada pertumbuhan dibidang bisnis *online*. Pertumbuhan teknologi baru mendorong beberapa jalur pemasaran yang dilakukan secara *online* atau yang sering disebut *e-commerce*. Tiktok Shop menyediakan fitur yang sama dengan *e-commerce* lain seperti *Online Customer Rating*, Sistem Pembayaran *Cash On Delivery*, dan *online Customer Review*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan Tiktok Shop terhadap kepuasan konsumen menggunakan *e-service quality* dan *importance performance analysis* (IPA), untuk mengetahui sejauh mana konsumen merasa puas terhadap kinerja layanan elektronik yang disediakan oleh Tiktok Shop dan untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta untuk mendapatkan rekomendasi perbaikan terhadap atribut atau faktor layanan yang memiliki kualitas rendah menggunakan metode *E-Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode yang dipakai pada penelitian ini berjenis kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsumen Tiktok Shop di media sosial. Banyaknya sampel yang dipakai sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen Tiktok Shop. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, tingkat kepentingan (harapan) berada pada kategori penting dengan *persentase* 71,42% dan tingkat kinerja (kenyataan) berada pada kategori cukup baik dengan *persentase* 66,62% yang artinya harapan konsumen masih lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja jadi Tiktok Shop perlu melakukan beberapa perbaikan. Berdasarkan hasil pengolahan data dari IPA terhadap kualitas layanan Tiktok Shop dapat dikatakan sudah cukup baik karena dari 33 indikator ada 18 indikator yang sudah berkinerja dengan baik. Dari perhitungan tingkat kesenjangan 7 (dimensi) dari *E-service Quality* terdapat perbedaan antara harapan dan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *E-Servqual*, *Importance Performance Analysis* (IPA), Kepuasan Pengguna

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Strategi dan Kebijakan UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ANALYSIS OF TIKTOK SHOP SERVICE QUALITY ON USER SATISFACTION USING E-SERVQUAL AND IPA METHODS

HUMAIROH
NIM: 11750324889

Date of Final Exam: Januari 08th 2024
Graduation Period:

Department of Information System
Faculty of Science and Technology
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Soebrantas Street, No. 155, Pekanbaru

ABSTRACT

The development of advances in information technology, especially the internet, has led to the rapid development of business carried out online. The fairly rapid increase in internet users has had an influence on growth in the online business sector. The growth of new technology has encouraged several marketing channels which are carried out online or what is often called e-commerce. Tiktok Shop provides the same features as other e-commerce such as Online Customer Rating, Cash On Delivery Payment System, and online Customer Review. This research aims to determine the quality of Tiktok Shop services on consumer satisfaction using e-service quality and importance performance analysis (IPA), to find out the extent to which customers are satisfied with the performance of electronic services provided by Tiktok Shop and to identify attributes that have a significant influence on customer satisfaction, as well as to obtain recommendations for improvements to attributes or service factors that have low quality using the E-Service Quality and Importance Performance Analysis (IPA) methods. The method used in this research is quantitative. The population used in this research is Tiktok Shop consumers on social media. The number of samples used was 100 respondents who were Tiktok Shop consumers. Based on the results of descriptive analysis, the level of importance (expectations) is in the important category with a percentage of 71.72% and the level of performance (reality) is in the quite good category with a percentage of 66.62%. Based on the results of data processing it was found that the results of IPA on quality The Tiktok Shop service can be said to be quite good because of the 33 indicators there are 18 indicators that are performing well. From the calculation of the 7th gap level (dimension) of E-Service Quality, there is a difference between consumer expectations and satisfaction

Keywords: *E-Servqual, Importance Performance Analysis (IPA), User Satisfaction*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xviii
1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
2 LANDASAN TEORI	9
2.1 Kualitas layanan	9
2.2 Pemasaran	9
2.3 Pemasaran <i>Online (E-Marketing)</i>	9
2.4 <i>E-Commerce</i>	10
2.5 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	11
2.6 Kualitas Layanan Elektronik (<i>E-Servqual</i>)	11

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7	Kepuasan Pelanggan (<i>Costumer Satisfaction</i>)	13
2.8	<i>Information Performance Analysis</i> (IPA)	15
2.8.1	Analisis Kesesuaian	15
2.8.2	Analisis Kesenjangan (GAP)	16
2.8.3	Analisis Kuadran IPA	17
2.9	Penelitian Terdahulu	18
2.10	Tiktok Shop	20
2.11	Teknik <i>Sampling</i>	20
2.12	Skala <i>Likert</i>	21
2.13	Uji Validitas dan Reliabilitas	21
3	METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1	Tahap Pendahuluan	23
3.1.1	Menentukan Topik Penelitian	24
3.1.2	Menentukan Objek Penelitian	24
3.2	Tahap Perencanaan	24
3.2.1	Mengidentifikasi Masalah	24
3.2.2	Menentukan Data	24
3.2.3	Menentukan Teknik dan Alat	24
3.2.4	Menentukan Responden	25
3.3	Tahapan Pengumpulan Data	26
3.3.1	Studi Pustaka	26
3.3.2	Observasi	26
3.3.3	Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>E-Service Quality</i>	26
3.4	Tahapan Analisa dan Pembahasan	27
3.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	27
3.4.2	<i>E- Service Quality (E-ServQual)</i>	28
3.4.3	Analisis Tingkat Kinerja dan Kepentingan	28
3.4.4	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	29
3.5	Tahap Dokumentasi	29
4	ANALISIS DAN HASIL	30
4.1	Analisis Kualitas Layanan Tiktok Shop	30
4.1.1	Identifikasi Masalah	30
4.2	Analisis Responden	31
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia	32

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



4.2.3	Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	33
4.2.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
4.2.5	Responden Berdasarkan Kunjungan Sistem	35
4.3	Analisis Deskriptif	36
4.4	Uji Validitas	37
4.5	Uji Reliabilitas	40
4.6	Analisis Tingkat Kinerja dan Kepentingan	40
4.6.1	Analisis Variabel Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	41
4.6.2	Analisis Variabel Ketersediaan Sistem (<i>System Availability</i>)	44
4.6.3	Analisis Variabel Pemenuhan (<i>Fulfillment</i>)	47
4.6.4	Analisis Variabel Privasi (<i>Privacy</i>)	50
4.6.5	Analisis Variabel Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	53
4.6.6	Analisis Variabel Kompensasi (<i>Compensation</i>)	56
4.6.7	Analisis Variabel Kontak (<i>Contact</i>)	59
4.7	Hasil Dari Jawaban Responden Kualitas Layanan Tiktok Shop Berdasarkan Model <i>E-Service Quality</i>	62
4.8	Analisis Kesenjangan Variabel <i>E-Service Quality</i>	65
4.8.1	Analisis Kesenjangan Variabel Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	65
4.8.2	Analisis Kesenjangan Ketersediaan Sistem (<i>System Availability</i>)	66
4.8.3	Analisis Kesenjangan Variabel Pemenuhan (<i>Fulfillment</i>)	66
4.8.4	Analisis Kesenjangan Variabel Privasi (<i>Privacy</i>)	67
4.8.5	Analisis Kesenjangan Variabel Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	67
4.8.6	Analisis Kesenjangan Variabel Kompensasi (<i>Compensation</i>)	68
4.8.7	Analisis Kesenjangan Variabel Kontak (<i>Contact</i>)	68
4.8.8	Analisis Kesenjangan (GAP) Keseluruhan	69
4.9	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	71
4.9.1	Analisis Tingkat Kesesuaian	71
4.9.2	Analisis Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	73
4.10	Analisis Diagram IPA	76
4.10.1	Kuadran I (<i>Concentrate These</i>)	77
4.10.2	Kuadran II (<i>Keep Up The Good Work</i>)	77
4.10.3	Kuadran III (<i>Low Priority</i>)	78
4.10.4	Kuadran IV (<i>Possible Overkill</i>)	79
4.11	Pembahasan	79

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.11.1 Analisis Kepuasan Pengguna Variabel Efisiensi	79
4.11.2 Analisis Kepuasan Pengguna Variabel Ketersediaan Sistem	80
4.11.3 Analisis Kepuasan Pengguna Variabel Pemenuhan	81
4.11.4 Analisis Kepuasan Pengguna Variabel Privasi	82
4.11.5 Analisis Kepuasan Pengguna Variabel Daya Tanggap	83
4.11.6 Analisis Kepuasan Pengguna Variabel Kompensasi	84
4.11.7 Analisis Kepuasan Pengguna Variabel Kontak	85
4.12 Rekomendasi Perbaikan Kualitas Layanan	85

5 PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	A - 1
LAMPIRAN B UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	B - 1
LAMPIRAN C JAWABAN RESPONDEN	C - 1



DAFTAR GAMBAR

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>1.1 Pertumbuhan Penggunaan Internet di Indonesia 1</p> <p>1.2 Pengguna Aktif Tiktok Terbesar di Dunia 3</p> <p>3.1 Metodologi Penelitian 23</p> <p>4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 32</p> <p>4.2 Responden Berdasarkan Usia 32</p> <p>4.3 Responden Berdasarkan Usia 34</p> <p>4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan 35</p> <p>4.5 Responden Berdasarkan Kunjungan Sistem 36</p> <p>4.6 Hasil Pemetaan Diagram Kartesius 77</p> <p>A.1 <i>Screenshot</i> Kuesioner A - 1</p> <p>A.2 <i>Screenshot</i> Kuesioner A - 2</p> <p>A.3 <i>Screenshot</i> Kuesioner A - 3</p> <p>A.4 <i>Screenshot</i> Kuesioner A - 4</p> <p>A.5 <i>Screenshot</i> Kuesioner A - 5</p> <p>A.6 <i>Screenshot</i> Kuesioner A - 6</p> <p>A.7 <i>Screenshot</i> Kuesioner A - 7</p> <p>A.8 <i>Screenshot</i> Kuesioner A - 8</p> <p>B.1 Reliabilitas B - 1</p> <p>B.2 Uji Validitas dari Variabel X B - 2</p> <p>B.3 Uji Validitas dari Variabel Y B - 3</p> <p>C.1 <i>Importance</i> (Y) C - 2</p> <p>C.2 <i>Importance</i> (Y) C - 3</p> <p>C.3 <i>Performance</i> (X) C - 4</p> <p>C.4 <i>Performance</i> (X) C - 5</p>
---	--

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR TABEL

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p> <p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>1.1 Pra <i>Survei</i> Kepada 30 Pengguna Tiktok Shop 4</p> <p>2.1 Dampak Perbandingan Kinerja Dan Harapan 14</p> <p>2.2 Penelitian Terdahulu 18</p> <p>2.3 Skala <i>Likert</i> 21</p> <p>3.1 Skala Pengukuran 27</p> <p>4.1 Permasalahan Yang Terjadi 30</p> <p>4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 31</p> <p>4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia 32</p> <p>4.4 Karakteristik Berdasarkan Tempat Tinggal 33</p> <p>4.5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan 34</p> <p>4.6 Karakteristik Berdasarkan Kunjungan Sistem 35</p> <p>4.7 Analisis Deskriptif 37</p> <p>4.8 Hasil Uji Validitas <i>Importance</i> 38</p> <p>4.9 Hasil Uji Validitas <i>Performance</i> 39</p> <p>4.10 Hasil Uji Reliabilitas 40</p> <p>4.11 Tingkat Harapan Variabel Efisiensi 41</p> <p>4.13 Tingkat Kinerja Variabel Efisiensi 42</p> <p>4.15 Tingkat Harapan Variabel Ketersediaan Sistem 44</p> <p>4.17 Tingkat Kinerja Variabel Ketersediaan Sistem 45</p> <p>4.19 Tingkat Harapan Variabel Pemenuhan 47</p> <p>4.21 Tingkat Kinerja Variabel Pemenuhan 49</p> <p>4.23 Tingkat Harapan Variabel Privacy 50</p> <p>4.25 Tingkat Kinerja Variabel privasi 52</p> <p>4.27 Tingkat Harapan Variabel Daya Tanggap 53</p> <p>4.29 Tingkat Kinerja Variabel Daya Tanggap 55</p> <p>4.31 Tingkat Harapan Variabel Kompensasi 56</p> <p>4.33 Tingkat Kinerja Variabel Kompensasi 58</p> <p>4.35 Tingkat Harapan Variabel Kontak 59</p> <p>4.37 Tingkat Kinerja Variabel Kontak 61</p> <p>4.39 Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Kepentingan/Harapan 62</p> <p>4.40 Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Kinerja/Kenyataan 63</p> <p>4.43 Analisis Gap Variabel Efisiensi 65</p> <p>4.44 Analisis Gap Variabel Ketersediaan Sistem 66</p>
---	---

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

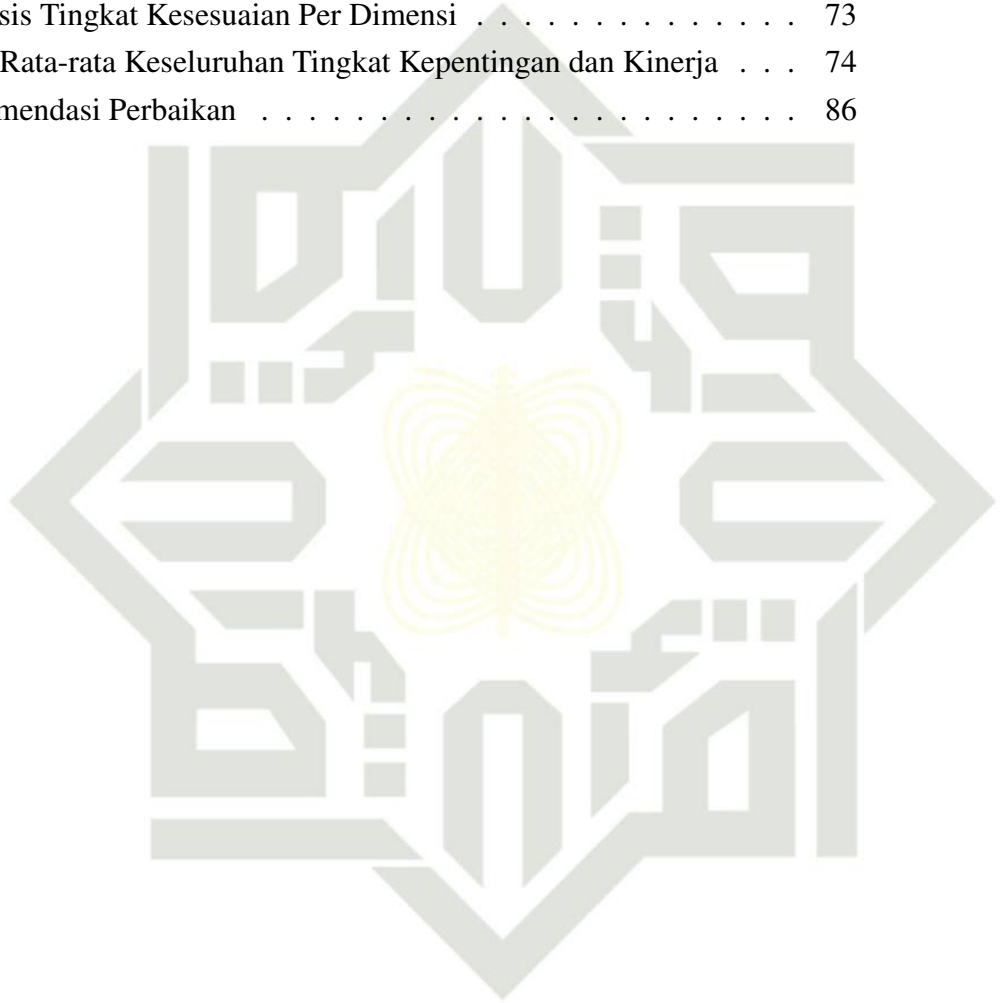
4.45 Analisis Gap Variabel Pemenuhan	66
4.46 Analisis Gap Variabel Privasi	67
4.47 Analisis Gap Variabel Daya Tanggap	68
4.48 Analisis Gap Variabel Kompensasi	68
4.49 Analisis Gap Variabel Kontak	69
4.50 Analisis Gap Secara Keseluruhan	69
4.51 Analisis Nilai Gap Per Dimensi	71
4.52 Nilai Tingkat Kesesuaian	72
4.53 Analisis Tingkat Kesesuaian Per Dimensi	73
4.54 Nilai Rata-rata Keseluruhan Tingkat Kepentingan dan Kinerja	74
4.55 Rekomendasi Perbaikan	86

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR SINGKATAN

E-SERVQUAL	: <i>Electronic Service Quality</i>
IPA	: <i>Importance Performance Analysis</i>
SPSS	: <i>Statistical Program For Social Science</i>
B	: Baik
SB	: Sangat Baik
CB	: Cukup Baik
TB	: Tidak Baik
STB	: Sangat Tidak Baik
P	: Penting
SP	: Sangat Penting
CP	: Cukup Penting
TP	: Tidak Penting
STP	: Sangat Tidak Penting
E	: Efisiensi
K	: Ketersediaan Sistem
F	: <i>Fulfillment</i>
P	: <i>Privacy</i>
R	: <i>Responsiveness</i>
C	: <i>Compensation</i>
CO	: <i>Contact</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

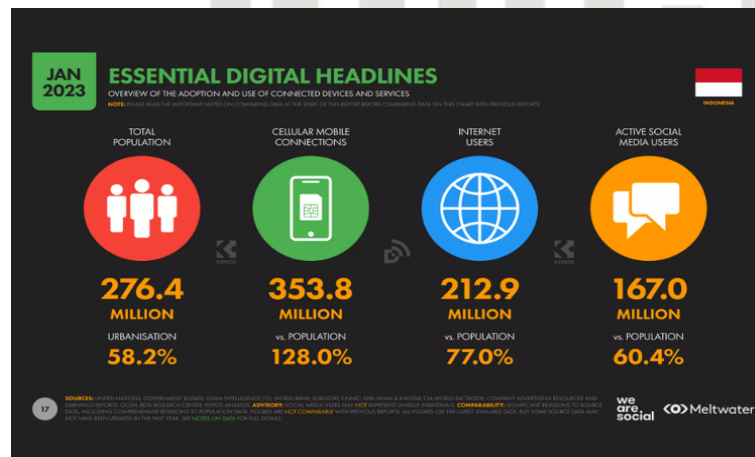
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya kemajuan teknologi informasi khususnya internet menyebabkan pesatnya perkembangan bisnis yang dilakukan secara *online*. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat. Berdasarkan laporan terbaru dari Kompasiana, pada Januari 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta orang. Persentase pengguna internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total populasi pada awal tahun 2023. Data menunjukkan peningkatan sebesar 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya, dimana pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia baru mencapai 202 juta orang. Pertumbuhan penggunaan internet dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. Pertumbuhan Penggunaan Internet di Indonesia

Pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah pengguna internet telah memberikan dampak positif pada perkembangan bisnis *online*. Kemajuan teknologi baru mendorong berbagai jalur *online* yang umumnya dikenal sebagai *e-commerce* (Fauziah, Wulandari, dkk., 2018). Melalui *e-commerce* proses jual beli tidak lagi memerlukan pertemuan langsung atau tatap muka melainkan dapat dilakukan secara fleksibel kapan saja dan dimana saja tanpa terikat oleh batasan waktu dan tempat. *E-commerce* menawarkan peluang bisnis yang menjanjikan, karena memberikan berbagai kemudahan dan efisiensi baik bagi produsen maupun konsumen. Melalui *e-commerce* waktu dan tenaga dapat dihemat secara signifikan (Fatmala, Suprpto, dan Rachmadi, 2018).

Belanja *online* atau yang dikenal sebagai *online shopping* telah menjadi metode baru bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia untuk berbelanja. Ba-



Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gi sebagian orang, *online shopping* dianggap sebagai solusi praktis karena memungkinkan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa tanpa harus berkunjung langsung ke tempat perbelanjaan. Cukup dengan membuka situs *web* penyedia jasa beli *online* konsumen dapat memilih produk yang diinginkan dan melakukan pembayaran melalui transfer uang kepenjual, pembayaran COD (*Cash On Delivery*) atau membayar saat barang diterima. Hal ini memungkinkan pembeli untuk menghemat waktu dan memperoleh barang atau jasa dengan lebih mudah tanpa harus berdesak-desakan atau mengangkut barang yang dibeli (Fahmi, Prayogi, dan Juizen, 2018).

Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia mengindikasikan bahwa perbandingan antara pengguna internet dan pelaku *online shopping* masih cukup besar. Salah satu faktor utama yang menjadi hambatan bagi pengguna internet untuk terlibat dalam *online shopping* adalah keyakinan bahwa prosesnya akan memakan waktu yang lama. Selain itu, ada kekhawatiran terkait dengan kesesuaian antara gambar contoh produk yang ditampilkan dengan barang yang akan diterima.

Pelaku *online shopping* merasa ragu dengan barang yang dilihat pada foto dan barang yang akan sampai sehingga penipuan dalam proses *online shopping* sudah banyak terjadi dan menimbulkan perdebatan antara kurir ekspedisi dengan pelanggan. *E-commerce* yang baik harus memberikan kualitas informasi yang baik yaitu akurat, tepat waktu, dan relevan. Selain itu, perlu diperhatikan juga pelayanan kualitas jasanya. Dengan merujuk pada definisi ini, kualitas layanan dapat direalisasikan melalui pemahaman dan pemenuhan kebutuhan serta keinginan pelanggan serta keakuratan dalam penyampaian untuk sejajar dengan harapan pelanggan (Wahyu, Abdillah, dan Fatmasari, 2016).

Tiktok adalah aplikasi media sosial yang dirancang untuk mengedit dan membagikan video-video singkat. Namun, seiring dengan kemajuan bisnis *online* tiktok memperkenalkan fitur terkemuka yang dikenal sebagai Tiktok Shop. Tiktok Shop telah menjadi salah satu *platform* belanja *online* yang paling diminati di Indonesia. Peluncuran Tiktok Shop ini terjadi pada 17 April 2021. Fitur ini merupakan bentuk *social commerce* yang inovatif memungkinkan interaksi antara penjual, pembeli, dan kreator untuk memberikan pengalaman berbelanja yang mulus menyenangkan, dan nyaman. Tiktok Shop memberikan peluang kepada merek dan penjual untuk mengembangkan bisnis mereka melalui distribusi konten video singkat dan fitur *live shopping* di akun tiktok mereka atau berkolaborasi dengan para *creator*. Tiktok adalah *platform* video yang berasal dari Tiongkok dan diperkenalkan pada bulan September 2016. Di Indonesia, terdapat 10 juta pengguna aktif yang berusia antara 11 hingga 26 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa

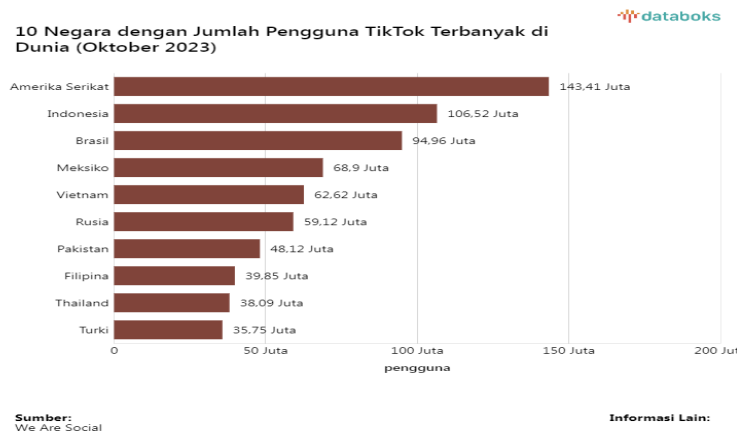


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tiktok menjadi salah satu media sosial yang tengah digandrungi oleh masyarakat terutama pada rentang usia 11 sampai 26 tahun yang tergolong kedalam generasi Z (Sulistianti dan Sugiarta, 2022).

Pada bulan Oktober 2023, jumlah pengguna aktif bulanan Tiktok di Indonesia mencapai 106,52 juta orang. Tiktok telah menjadi salah satu aplikasi yang sangat populer di seluruh dunia dengan daya tarik khususnya bagi kalangan muda karena tampilan dan fitur-fitur menarik yang dimilikinya. Indonesia menempati peringkat kedua dalam jumlah pengguna aktif Tiktok dengan mencapai 106,52 juta orang. Rata-rata pengguna Tiktok di Indonesia menghabiskan waktu sekitar 23,1 jam setiap bulannya. Pengguna aktif Tiktok dapat dilihat pada Gambar 1.2



Gambar 1.2. Pengguna Aktif Tiktok Terbesar di Dunia

Tiktok Shop menyediakan fitur yang sama dengan *e-commerce* lain seperti *Online Customer Rating*, Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* dan *Online Customer Review* (Mokodompit, Lopian, dan Roring, 2022). Saat ini Tiktok Shop sedang eksis di Indonesia, dengan hadirnya Tiktok Shop banyak kalangan anak muda yang beralih berbelanja di Tiktok Shop karena harganya yang relatif lebih murah, gratis ongkir, dan banyak promo yang ditawarkan oleh Tiktok Shop. Walaupun Tiktok Shop sedang eksis, tidak sedikit konsumen yang memberikan ulasan di *playstore* bahwa *e-commerce* ini masih memiliki beberapa masalah sehingga menyebabkan konsumen enggan untuk berbelanja di Tiktok Shop. Hingga saat ini terus berusaha memberikan yang terbaik untuk pelanggannya. Salah satu aspek pelayanan dalam *e-commerce* adalah proses pengiriman produk ke alamat konsumen. Masalah berikut mungkin terjadi selama proses ini seperti keterlambatan pengiriman, barang rusak dalam pengiriman, pelanggan tidak menerima barang, tidak adanya koordinasi dengan pelanggan, dan pembatalan sepihak oleh pihak ekspedisi. Keluhan mengenai perbedaan produk yang dipesan dengan produk yang dikirimkan seringkali menjadi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gangguan bagi konsumen yang melakukan pembelian produk melalui media *online* dan dapat mengakibatkan produk cacat yang tidak disadari oleh produsen atau pengelola situs, sehingga dapat menimbulkan keluhan. Aplikasi yang telah *diupgrade* menjadikan tampilan Tiktok Shop tidak bisa dibuka dan *error*.

Penulis melakukan pra *survey* mengenai *E-Service Quality* pada Tiktok Shop kepada 30 pengguna yang menghasilkan beberapa keluhan berikut ini. Hasil pra *survey* dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Pra *Survei* Kepada 30 Pengguna Tiktok Shop

No	Keluhan Pengguna	Jumlah	Persentase
1	Pelayanan yang diberikan belum tepat dan akurat	19	73%
2	Kecepatan respon pelayanan belum maksimal	16	63%
3	Transaksi ditiktok shop belum sesuai harapan	20	60%
4	Halaman mengalami error saat membuka tiktok shop	10	26%

Berdasarkan data hasil pra *survey* yang telah didapatkan ini, terdapat beberapa masalah: pertama, pelayanan yang disediakan masih kurang tepat dan akurat seperti waktu loading yang berlangsung terlalu lama, akun toko yang sudah tidak aktif namun belum terhapus sehingga akan terus muncul dihasil pencarian barang serta masih banyak penjual yang menawarkan produk palsu atau tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan. Sistem pencarian dan ketepatan barang yang diterima juga tidak selalu sesuai dengan harapan. Pentingnya kualitas layanan mencakup segala upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, dengan memberikan informasi yang benar dan akurat. Hal ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan yang sesuai dengan harapan pelanggan (Megawati dan Rubayati, 2020).

Kedua, kecepatan respon pelayanan belum maksimal karena pengemasan barang sangat lama dan adanya keterlambatan pengiriman, hanya tersedia beberapa pilihan ekspedisi karena sudah auto ekspedisinya dari pihak *seller* atau penjual sehingga konsumen tidak bisa memilih ekspedisi yang lain. Biasanya pengiriman hanya memakan waktu 2 sampai 4 hari sekarang menjadi seminggu lebih. Tiktok Shop juga tidak bertanggung jawab atas retur barang contohnya kasus Tiktok Shop yang tak kunjung mengirimkan dana *refund*. Pada tanggal 1 Mei 2022 konsumen mengalami masalah dengan barang yang telah sampai. Dan pada akhirnya barang dikembalikan ke *seller* dan dana pembayaran kembali kepada konsumen selaku pembeli. Pada proses pengajuan *refund*, pihak Tiktok masih memberikan respon terhadap keluhan konsumen dan *seller*. Namun, setelah *seller* memberi insentif kepada pihak Tiktok untuk mengembalikan dana yang telah dikeluarkan,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pihak Tiktok tidak merespon *email* ataupun membalas komentar pada aplikasi. *E-mail* selalu dijawab hanya dengan *templates system* dan jawabannya masih dalam proses investigasi sangat tidak memuaskan.

Ketiga, transaksi Tiktok Shop belum sesuai harapan karena fitur ubah pembayaran suka *error* dan metodenya jadi tidak bisa diubah, tidak ada fitur untuk membatalkan pesanan jika ingin membatalkan pesanan harus membayar atau menunggu 24 jam, dan *voucher* gratis ongkirnya tidak sesuai dengan yang dipromokan. Keempat, halaman mengalami *error* saat membuka Tiktok Shop. Setelah berhasil di *upgrade* atau diperbaharui aplikasi Tiktok banyak terjadi masalah. Performa yang dihasilkan setelah diperbaharui malah semakin buruk. Pada fitur Tiktok Shop tidak ada terlihat keranjang kuning *divideo* lagi. Ketika ingin memesan atau mengklik barang malah jadi *ngelag* dan *error* sehingga jika ingin memesan barang selalu mengalami kegagalan.

Dalam dunia *e-commerce* yang kompetitif, kualitas layanan *e-service* menjadi salah satu hal yang harus dipertimbangkan agar dapat menarik perhatian masyarakat. Sehingga secara tidak langsung hal tersebut juga mendorong keputusan pelanggan untuk membeli. Jika pengguna merasa puas dengan kualitas layanan elektronik yang disediakan, hal tersebut dapat mendorong mereka untuk terus mengakses dan melakukan transaksi di *platform* tersebut. Kualitas dari layanan elektronik tersebut berpotensi mempengaruhi jumlah pelanggan yang memilih untuk berbelanja *online* di *e-commerce* tersebut. Kepuasan pelanggan yang sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam mempertimbangkan apakah seseorang akan melakukan pembelian *online*. Seiring dengan perbedaan cara kerja antara *e-commerce* dan toko *offline* diperlukan bentuk pelayanan elektronik yang dapat menyelaraskan segala aktivitas bisnis yang melibatkan internet.

Peneliti-peneliti sebelumnya telah banyak menggunakan metode *E-Service Quality* untuk berbagai macam kasus, seperti: analisis *E-Service Quality* menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* pada pengguna aplikasi dompet digital Dana di Kota Bandung (Larasati dan Irawan, 2021). Dalam penelitian ini dilakukan analisis data dengan menggunakan tujuh aspek kualitas layanan elektronik dan analisis IPA untuk mencocokkan persepsi pelanggan mengenai pentingnya aspek layanan dan persepsi pelanggan untuk mengidentifikasi layanan yang memerlukan perbaikan terus-menerus. Hasil dari penelitian ini terdapat lima dimensi dengan kategori penting dan rata-rata skor harapan sebesar 86% yaitu *efficiency*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, *fulfillment*, *contact* yang artinya ekspektasi pengguna sangat tinggi. Hasil analisis kesenjangan menunjukkan bahwa rata-rata skor keseluruhan per metrik adalah 6,00, sedangkan skor



rata-rata per metrik kinerja adalah 5,56, setara dengan 93% metrik kesesuaian.

Penelitian selanjutnya ialah analisis kepuasan pelanggan *E-Commerce* Venus di Dki Jakarta ditinjau dari *E-Service Quality* (Hatta dan Rumahorbo, 2021). Penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan tujuan untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja. Kemudian, nilai rata-rata kepentingan dan kinerja pada matriks kinerja kepentingan dianalisis. Sumbu X adalah persepsi/kinerja dan sumbu Y adalah harapan/pentingnya. Hasil dari penelitian ini adalah Venus *E-commerce* memiliki rata-rata kepentingan dan kinerja yang baik, namun belum mampu memuaskan minat pelanggan sepenuhnya. Hasil kesenjangan *value* Venus *E-commerce* menunjukkan bahwa meskipun tidak ada indikator yang berada pada kuadran pertama atau diprioritaskan untuk diperbaiki, namun terdapat empat indikator yang memiliki nilai negatif paling banyak yaitu RES1, COM1, SYS1, COM2. Penelitian selanjutnya yaitu pengukuran kualitas *E-Commerce* Pariwisata Banten menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (Ipa) (Supriyanto dkk., 2020). Dalam penelitian ini, memanfaatkan alat berbentuk kuesioner berdasarkan tujuh dimensi *E-Servqual* dan memperluasnya menjadi 28 atribut. Temuan menunjukkan bahwa *e-commerce* Pariwisata di Provinsi Banten sangat baik. Terlihat 18 dari 28 atribut menunjukkan kinerja baik (kuadran II dan IV). Namun masih ada tiga (10,7%) fitur yang perlu diprioritaskan untuk segera diperbaiki guna meningkatkan kualitas *e-commerce* Pariwisata di Provinsi Banten.

Kemudian penelitian selanjutnya ada analisis kualitas layanan dengan menggunakan *E-Service Quality* untuk mengetahui kepuasan pelanggan belanja *online* Shoppe (studi kasus pelanggan Shoppe di Kota Bandung 2017) (Sastika, 2018). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang berlandaskan filsafat positivisme, yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak. Nilai yang diharapkan pengguna aplikasi Shoppe sangat tinggi yaitu sebesar 86,92%, sedangkan nilai yang dirasakan hanya sebesar 68,78%. Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) aplikasi Shoppe menunjukkan bahwa 68,62% pengguna merasa puas dengan aplikasi Shoppe, namun mengingat ekspektasi yang sangat tinggi pihak manajemen perlu mengembangkan aplikasi ini lebih lanjut.

Dengan merujuk pada konteks yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini akan mengangkat sebuah judul ”**Analisis Kualitas Layanan Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Metode *E-Servqual* dan IPA**. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja layanan elektronik pada fitur Tiktok Shop, memberikan rekomendasi perbaikan, dan mengidentifikasi faktor-faktor yang perlu ditingkatkan agar dapat mencapai kepuasan pengguna.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas maka penulis dapat mengambil suatu perumusan masalah yaitu Bagaimana Analisis Kualitas Layanan Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Metode *E-servqual* Dan IPA.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menjaga fokus dan mencegah penyimpangan serta perluasan pembahasan dari permasalahan, penulis membatasi cakupan masalah hanya pada:

1. Penentuan tingkat kepuasan pelanggan terhadap aplikasi Tiktok pada fitur Tiktok Shop menggunakan metode *E-Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

2. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* pada bulan Juli 2023 sampai September 2023.

3. Responden adalah seluruh masyarakat Indonesia (Tak Terhingga) yang menggunakan Tiktok Shop.

4. Jumlah sampel minimal yang didapatkan dari perhitungan rumus *Lemeshow* adalah 96,04 sampel. Jadi sampel maksimal yang digunakan pada penelitian ini dibulatkan menjadi 100 sampel.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap kinerja dari layanan elektronik yang disediakan oleh Tiktok Shop dan untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Untuk mendapatkan rekomendasi perbaikan terhadap atribut atau faktor layanan yang memiliki kualitas rendah menggunakan metode *E-Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Hasil Penelitian dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan masukan dan koreksi dalam meningkatkan kualitas layanan transaksi *online* sehingga dapat meningkatkan performa dari Tiktok Shop itu sendiri.

2. Meningkatkan pemahaman penulis terkait kualitas layanan dalam transaksi *online* dan kepuasan pelanggan di Tiktok Shop, serta menjadi implementasi dari pengetahuan dalam bidang sistem informasi yang diperoleh selama proses perkuliahan.



3. Diharapkan agar dapat menjadi sumber pengetahuan di ranah ilmu Sistem Informasi, terutama terkait kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta dapat menjadi referensi berharga untuk penelitian lanjutan.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Terdiri dari (1) Latar Belakang; (2) Rumusan Masalah; (3) Batasan masalah; (4) Tujuan Penelitian; (5) Manfaat Penelitian; (6) Sistematika Penulisan.

BAB 2. LANDASAN TEORI

Terdiri dari (1) Pengertian Analisis; (2) Pemasaran; (3) Pemasaran *Online*; (4) *E-Commerce*; (5) Kualitas Layanan; (6) *Electronic Service Quality*; (7) Kepuasan Pelanggan; (8) IPA; (9) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna; (10) Penelitian Terdahulu; (11) Tiktok Shop; (12) Uji Validitas dan Reliabilitas.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Terdiri dari (1) Tahap Perencanaan; (2) Tahap Pengumpulan Data; (3) Tahap Pengolahan Data; (4) Analisis Dan Pembahasan; (5) Tahap Dokumentasi.

BAB 4. ANALISIS DAN HASIL

Terdiri dari (1) Rekapitulasi Data Responden; (2) Rekapitulasi Data Presepsi Kualitas Layanan Tiktok Shop Skala *Elektronik Service Quality*; (3) Uji Validitas; (4) Uji Reabilitas; (5) Analisis Deskriptif; (6) Identifikasi Atribut Metode IPA.

BAB 5. PENUTUP

Terdiri dari (1) Kesimpulan dan (2) Saran.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas layanan

Analisis dapat diartikan sebagai pola pikir melakukan suatu kegiatan dalam memaparkan atau memecahkan suatu masalah menjadi suatu komponen yang memiliki fungsi antara hubungan yang satu dengan yang lain. Menurut Harahap dalam (Azwar, 2019) menjelaskan analisis adalah sesuatu unit yang akan diuraikan menjadi unit terkecil (Septiani, Aribbe, dan Diansyah, 2020).

2.2 Pemasaran

Kotler dan Keller (2016) memberikan pemahaman bahwa “*Marketing as the process by which companies create value for customers and to build strong customer relationships in order to capture value from customers in return*”, memiliki arti pemasaran mendeskripsikan bahwa proses membangun hubungan pelanggan yang kuat menjadi nilai yang baik bagi sebuah perusahaan (Juhria, Meinitasari, Fauzi, dan Yusuf, 2021).

Tujuan pemasaran oleh Kotler dan Keller (2009) adalah memahami pelanggan dengan baik dapat menjual produk serta layanan dengan baik sehingga produk atau jasa bisa terjual dengan baik dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan (Irawan, 2020). Jadi dapat disimpulkan pemasaran adalah proses sosial dan ekonomi yang melibatkan individu dan kelompok yang didalamnya ada proses tawar menawar, pembelian serta penjualan yang tujuannya untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan secara bebas menukarkan produk atau jasa yang bernilai dengan pihak lain.

2.3 Pemasaran Online (E-Marketing)

Electronic Marketing adalah upaya dalam menjalankan sebuah bisnis modern dengan memanfaatkan teknologi informasi sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran serta dapat membangun kepuasan yang baik bagi pelanggan (Irawan, 2020). Kotler mengatakan pemasaran *online* adalah pemasaran yang dihubungkan melalui komputer dan modem yang dapat menghubungkan komputer dengan telepon keberagaman layanan informasi *online* (Imanuel dkk., 2013).

Goldman Sach mengklaim bahwa model bisnis dalam layanan pemasaran *online* (E-marketing) terurai menjadi 6 (enam) jenis, diantaranya (Imanuel dkk., 2013):

1. Connectivity

Internet yang dapat mengakses berbagai layanan bisnis terhadap pelanggan-



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nya.

Context

Layanan bisnis yang dapat menyampaikan informasi dan hiburan.

Content

Layanan bisnis yang menyampaikan teks atau gambar.

Communication

Layanan komunikasi internet yang memanfaatkan media interaktif.

Community

Bisnis yang mendirikan kelompok digital dalam bentuk *media massage, board, web chat*, maupun penyedia *web mail*.

Commerce

Gaya bisnis yang mempraktikkan kegiatan bisnis berupa jaringan *online*.

Dari pemaparan yang didapatkan mengenai *E-Marketing*, bahwa penulis dapat mengambil kesimpulan pemasaran melalui internet atau (*E-Marketing*) adalah pemasaran yang memanfaatkan jaringan internet dalam proses transaksinya, yang mana konsumen atau pelanggan bisa memperoleh informasi mengenai produk dengan melihat langsung pada *website E-commerce*, melakukan transaksi jual-beli secara tidak langsung melalui internet dan mempromosikan semua produk yang ada pada konsumen baik yang masih ada maupun yang sudah terjual, sehingga melalui pemasaran *online* penjual dan pembeli akan terhubung secara tidak langsung yang jaraknya berjauhan dengan memanfaatkan internet.

2.4 E-Commerce

Electronic Commerce adalah sebuah kegiatan menggunakan jaringan internet dan intranet untuk melakukan pembelian, penjualan, pengangkutan atau perdagangan data, barang atau layanan dapat bersifat sepenuhnya atau sebagian, tergantung pada sifat tiga kegiatan utamanya, yaitu proses pemesanan dan pembayaran, penenuhan pesanan dan pengiriman kepada pelanggan. Dengan demikian, aktivitas tersebut dapat bersifat nyata atau digital (Wilis dan Nurwulandari, 2020).

E-commerce dideskripsikan sebagai aktivitas kesepakatan bisnis *online* yang memanfaatkan media serta perlengkapan internet (Rahmadini dan Muslihat, 2022). *E-commerce* didefinisikan sebagai transaksi perdagangan yang mengaitkan pertukaran nilai dilaksanakan antara individu dan kelompok melalui jaringan *online* (Juhria dkk., 2021). *E-commerce* adalah serangkaian kegiatan bisnis yang menghubungkan perusahaan dan konsumen melalui *platform* elektronik, memiliki jangkauan yang lebih besar dari pada pasar konvensional dan menawarkan beragam produk dan layanan (Pranitasari, Sidqi, dkk., 2021).



Dari segi partisipan, *E-commerce* dapat dikelompokkan menjadi 3 transaksi yaitu *business to consumer*, *business to business* dan *consumer to consumer*. Dalam studi ini, penekanan lebih difokuskan pada model bisnis *E-commerce business to consumer* (B2C), mengingat melibatkan Kualitas Layanan Elektronik (*E-service Quality*) dari perspektif pengguna akhir atau konsumen.

Laudon dan Laudon berpendapat *E-commerce* terbagi menjadi 3 kriteria, yaitu (Maulana dkk., 2015):

1. *Business to Consumer* (B2C) penjualan produk yang dilakukan perusahaan secara satuan dengan konsumen perorangan.
2. *Business to Business* (B2B) penjualan produk dan layanan antar perusahaan.
3. *Consumer to Consumer* (C2C) penjualan yang mengaitkan konsumen sebagai penjual dengan konsumen lainnya.

Proses transaksi B2C memiliki rancangan yang berbeda dengan B2B, karena tidak semua konsumen memiliki keahlian di bidang IT. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyediakan panduan yang jelas untuk membantu konsumen. Situs B2C membutuhkan navigasi yang cepat dan intuitif, petunjuk tentang keranjang belanja dan penyimpanan profil konsumen yang lebih terperinci. Di masa lalu, keberlanjutan konsumen tidak dianggap sebagai aspek penting dalam pelayanan informasi. Tetapi seiring waktu, hal ini akan menjadi sangat krusial dan mendapat perhatian utama dari perusahaan di masa depan (Furkonudin, Suryadi, dan Darmanto, 2016).

2.5 Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Kotler (Alma 2007) menjelaskan kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai bagaimana perusahaan secara berkelanjutan melakukan peningkatan kualitas terhadap proses, produk, dan layanan yang dihasilkannya. Kualitas jasa dikelompokkan kedalam dimensi-dimensi secara teratur agar Kualitas layanan secara menyeluruh dinilai tanpa memisahkan konstruk-konstruk tertentu (Wibisono dan Syahril, 2016). Kualitas pelayanan bisa dimaknai sebagai cara memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar tercapainya suatu harapan pelanggan (Juhria dkk., 2021).

2.6 Kualitas Layanan Elektronik (*E-Servqual*)

E-Servqual pertama kali diungkapkan oleh Zeithaml, Parasuraman, dan Malhotra (2000) yang mengatakan *Internet Service Quality* adalah pengukuran *website* yang menyediakan kegiatan pembelian dan penyampaian barang atau jasa dengan efisiensi dan efektivitas (Della Prisanti, 2017). *E-Servqual* diperbaharui untuk menilai serta mengukur sebuah layanan yang terjadi pada internet. Menurut (Chase, Jacobs dan Aquilano, 2004) *E-Service Quality* adalah sebuah kemampuan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



situs untuk mendukung kegiatan pemasaran secara efektif dan efisien (Jonathan, 2013). Di samping itu, kualitas *e-service* merupakan evaluasi menyeluruh terhadap keunggulan layanan elektronik di pasar *virtual* atau *daring* (Larasati dan Irawan, 2021).

Maka dapat ditarik kesimpulan dari pemaparan *E-Servqual* yang telah dijelaskan bahwa *E-Servqual* merupakan metode pengukuran untuk menilai penyampaian produk dan jasa terhadap kepuasan pelanggan. Pengukuran dilakukan dengan cara mengukur sejauh mana layanan yang dirasakan dengan layanan yang diharapkan oleh pelanggan dengan memperhatikan dimensi-dimensi dari *E-Servqual* itu sendiri. Menurut Parasuraman *E-Servqual* fokus terhadap dua elemen utama yaitu “*E-Core Service Quality*” dan “*E-Recovery Service Quality*”. *E-Core Service Quality* terdiri dari empat dimensi, yaitu *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy*, sedangkan *E-Recovery Service Quality* terdiri dari tiga dimensi, yaitu *responsiveness*, *compensation* dan *contact*. Berikut adalah penjelasan dimensi (Hatta dan Rumahorbo, 2021):

1. *Efficiency*

Dimensi efisiensi terdiri dari dua aspek utama, yakni keterjangkauan dan kelancaran dalam menggunakan situs. Dalam dimensi ini terdapat tiga indikator yang mencakup kemudahan akses dan penggunaan situs, kemudahan dalam mencari informasi terkait produk, serta kecepatan proses pembayaran.

2. *Fulfillment*

Dimensi pemenuhan berkaitan dengan sejauh mana situs dapat memenuhi janji-janji terkait pengiriman pesanan dan ketersediaan barang. Terdapat tiga indikator dalam dimensi ini melibatkan kesesuaian penampilan produk dengan yang ditampilkan dalam situs, pengiriman produk yang cepat sesuai jadwal yang telah ditetapkan, dan ketepatan deskripsi barang, serta jumlah stok sesuai dengan realitasnya.

System Availability

Dimensi pemenuhan sistem berkaitan dengan keberhasilan fungsi teknis yang sesuai dan bermanfaat dalam suatu situs. Dalam dimensi ini terdapat tiga indikator yang mencakup ketidakadaan kesalahan halaman saat melakukan pencarian dan transaksi, serta memberikan notifikasi rinci kepada pelanggan sepanjang proses mulai dari pengemasan hingga pengiriman.

Privacy

Dimensi privasi menilai sejauh mana keamanan dan perlindungan informasi pelanggan dijaga dalam suatu situs. Terdapat tiga indikator dalam dimensi

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ini melibatkan perlindungan informasi pribadi dan data konsumen seperti kontak, alamat, kartu kredit, kartu debit, dan informasi lainnya yang bersifat pribadi. Selain itu, dimensi ini juga menilai keamanan dan kepercayaan dalam transaksi yang dilakukan di situs tersebut.

Responsiveness

Dimensi daya tanggap mengacu pada kecepatan dalam merespons kebutuhan konsumen termasuk penanganan masalah secara efektif dan proses pengembalian melalui situs. Tiga indikator dalam dimensi ini mencakup layanan yang responsif terhadap keluhan dengan cepat, memberikan pembaruan nomor resi pengiriman produk secara cepat, dan mengonfirmasi dengan cepat jika terjadi kegagalan dalam pesanan atau transaksi.

Compensation

Dimensi kompensasi mengevaluasi sejauh mana suatu situs memberikan ganti rugi kepada pelanggan dalam menghadapi masalah. Tiga indikator dalam dimensi ini mencakup penyediaan layanan pengembalian barang dan pengembalian uang jika produk mengalami kerusakan atau tidak sesuai dengan pesanan, serta pemberian perpanjangan masa garansi online kepada pelanggan jika produk tidak tiba sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan sebelumnya.

7. *Contact*

yaitu ketersediaan dukungan (layanan pelanggan) melalui telepon atau perwakilan. Dimensi kontak menilai ketersediaan bantuan pelanggan melalui telepon atau petugas *daring*. Tiga parameter dalam aspek ini melibatkan penyediaan nomor telepon dan alamat *email customer service* di situs, penggunaan fitur *live chat* sebagai sarana komunikasi dengan *customer service*, serta ketersediaan pusat bantuan seperti pertanyaan yang sering diajukan (FAQ), yang berfungsi sebagai sumber informasi untuk pertanyaan yang sering diajukan oleh pelanggan.

2.7. **Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)**

Oliver (1981) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah perasaan dalam menilai suatu produk atau layanan. Kepuasan dapat diartikan sebagai kualitas layanan umpan balik dengan membandingkan harapan pembelian sebelumnya (Hammoud, Bizri, dan El Baba, 2018).

Lovelock dan Wright (2007) berpendapat bahwa kepuasan merupakan perasaan emosional yang muncul setelah suatu pembelian dapat mencakup berbagai reaksi seperti kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kesenangan. Tingkat kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan antara layanan yang diterima dengan harapan layanan (Liung dan Liung, 2017). Menurut Yuliarmi dan Rihasa (2007) indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu (Prihandoyo, 2019):

1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan.
2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis.
3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.

Fokus utama para akademisi dan praktisi pemasaran selalu tertuju pada kepuasan konsumen didorong oleh keyakinan bahwa kesuksesan perusahaan bergantung pada kemampuannya memenuhi keinginan konsumennya (Ishak, 2012).

Mukherjee and Nath mengemukakan pendapat bahwa kepuasan ini tidak hanya memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian kembali, tetapi juga mendorong memberikan rekomendasi positif atau “*word of mouth*”. Dalam konteks belanja *online*, kepuasan terhadap karakteristik situs memiliki dampak pada tingkat komitmen konsumen, kemudian merangsang komunikasi “*word of mouth*” (WOM) (Maharsi dan Fenny, 2006).

Jadi dapat ditarik kesimpulannya kepuasan pelanggan adalah penilaian emosional terhadap pengalaman menggunakan produk, barang atau jasa, dimana pelanggan menilai sejauh mana kepentingan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Apabila kinerja tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan mengalami ketidakpuasan. Sebaliknya, jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan dapat merasa sangat puas atau senang. Evaluasi pasca pembelian melibatkan perbandingan antara pilihan yang diambil dengan harapan pelanggan dan ketidakpuasan muncul ketika hasil tidak memenuhi harapan (Wendha, Rahyuda, dan Suasana, 2013). Dampak perbandingan kinerja dan harapan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 2.1 (Hatta dan Rumahorbo, 2021).

Tabel 2.1. Dampak Perbandingan Kinerja Dan Harapan

Apabila	Pelanggan	Dampak
<i>Kinerja > Harapan</i>	Sangat Puas	Kunjungan Ulang, Rekomendasi Positif
<i>Kinerja = Harapan</i>	Puas	Silince
<i>Kinerja < Harapan</i>	Kecewa	Rekomendasi Negatif



2.8 Information Performance Analysis (IPA)

Martilla dan James memperkenalkan IPA yang telah didokumentasikan secara komprehensif. IPA berhasil membuktikan kemampuannya dalam menyediakan informasi manajerial yang berharga untuk mengukur kepuasan dan alokasi sumber daya secara efisien disajikan dalam format yang mudah (Wendha dkk., 2013).

Importance Performance Analysis (IPA) adalah suatu metode yang sederhana namun efektif untuk mengevaluasi kepentingan dan kinerja atribut, yang dapat membantu perbaikan dalam merancang program pemasaran yang efektif. Perusahaan yang melakukan penelitian atribut untuk mengukur penerimaan konsumen terhadap fitur-fitur tertentu dari program pemasaran mereka sering menemukan masalah dalam menerjemahkan hasil menjadi tindakan. Situasi ini bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor, namun dua di antaranya mungkin menjadi kendala utama:

1. Manajemen mungkin kesulitan untuk memahami arti praktis dari temuan penelitian yang diungkap dalam istilah "koefisien tekad" dan "tingkat stres".
2. Penelitian mungkin hanya fokus pada satu aspek dari pertanyaan penerimaan konsumen, entah itu atribut penting atau kinerja atribut, dari pada menggabungkan keduanya.

Analisis Kepentingan dan Kinerja (IPA) merupakan metode yang memungkinkan pengukuran korelasi antara persepsi pelanggan dan tingkat kepentingan. Melalui evaluasi tingkat kepentingan dan kinerja, upaya dilakukan untuk menghasilkan perhitungan sejauh mana kepentingan tersebut direalisasikan yang kemudian menentukan urutan prioritas dalam perbaikan kriteria yang dianggap penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Analisis kinerja kepentingan digunakan untuk mengevaluasi pelayanan yang dipertahankan suatu perusahaan dengan cara membandingkan persepsi pelanggan terhadap pentingnya aspek pelayanan dan menentukan perbaikan mana yang diperlukan untuk mengidentifikasi layanan(Larasati dan Irawan, 2021).

2.8.1 Analisis Kesesuaian

Penggunaan analisis kesesuaian bertujuan membandingkan nilai persepsi dengan nilai kepentingan. Analisis ini mencerminkan sejauh mana kinerja telah memenuhi atau sejalan dengan harapan atau kepentingan pengguna. Langkah-langkah perhitungan untuk melakukan analisis kesesuaian melibatkan proses evaluasi yang dapat dilihat pada Persamaan 2.1.

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad (2.1)$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan:

Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Skor Penilaian Kinerja

Yi = Skor Penilaian Kepentingan

Kriteria penilaian tingkat kesesuaian pengguna:

Apabila tingkat kesesuaian *nasabah* > 100%, ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan telah melampaui harapan atau kepentingan yang dianggap penting oleh pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan tersebut dapat dianggap sangat memuaskan.

Jika tingkat kesesuaian *nasabah* = 100%, ini menandakan bahwa kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan apa yang dianggap penting oleh pelanggan. Dengan demikian, layanan tersebut dapat dianggap telah memuaskan.

Jika tingkat kesesuaian *nasabah* < 100%, hal ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang diberikan tidak mencapai atau kurang memenuhi standar yang dianggap penting oleh pelanggan. Oleh karena itu, layanan tersebut dapat dianggap belum memuaskan.

2.8.2 Analisis Kesenjangan (GAP)

Pendekatan analisis kesenjangan adalah metode pembaharuan dan bermanfaat untuk menilai kebutuhan serta mengevaluasi kinerja suatu program atau situs *web*. Analisis ini memungkinkan pengukuran perbedaan antara kepuasan pengguna terhadap kinerja aktual atau situs *web*. Proses analisis kesenjangan melibatkan perhitungan perbedaan antara skor rata-rata kinerja dan skor rata-rata kepentingan dari setiap atribut. Rumus yang digunakan adalah pengurangan skor rata-rata kinerja dengan skor rata-rata kepentingan Persamaan 2.2 berikut ini.

$$Gap = i - Imp \tag{2.2}$$

Keterangan:

Gap = Tingkat Kesenjangan

i = Rata-rata Kinerja

Imp = Rata-rata Kepentingan

Dari hasil perhitungan tersebut nantinya dapat dilihat jika hasilnya menunjukkan positif atau $Qi(GAP) > 0$ maka kinerja sistem sudah sesuai dengan kepentingan atau harapan pengguna. Namun jika hasil perhitungan menunjukkan negatif atau $Qi(GAP) < 0$ maka kinerja sistem saat ini tidak sesuai dengan harapan pengguna.



2.8.3 Analisis Kuadran IPA

Importance Performance Analysis adalah suatu metode yang memetakan bagaimana pelanggan memandang tingkat kepentingan dari berbagai aspek pelayanan, sekaligus membandingkannya dengan persepsi mereka terhadap kinerja aspek-aspek tersebut. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk mengidentifikasi layanan yang perlu ditingkatkan berdasarkan perbandingan antara kepentingan dan kinerja (Deo, Sanjaya, dan Gandajaya, 2017).

Menurut Imawan dan Bun Sucento (2009), Strategi yang dapat diterapkan terkait dengan posisi masing-masing variabel pada keempat kuadran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut (Wijaya dan Rizani, 2022):

1. Kuadran I (*Concentrate These*)

Kuadran I (Sebagai Prioritas Utama) merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Kinerja yang dihasilkan perusahaan belum baik sehingga diperlukannya untuk meningkatkan kinerja terhadap kriteria-kriteria pada kuadran I ini. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

2. Kuadran II (*Keep Up The Good Work*)

Kuadran II (Mempertahankan Prestasi) merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk atau jasa unggul di mata pelanggan.

Kuadran III (*Low Priority*)

Kuadran IV (Berlebihan) adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Akan tetapi kinerja yang dihasilkan cukup baik sehingga lebih baik bagi perusahaan untuk fokus kepada faktor dan kriteria lain serta mengalokasikan sumber daya terkait untuk kriteria-kriteria lainnya yang lebih dianggap penting. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

Kuadran IV (*Possible Overkill*)

Kuadran IV (Berlebihan) adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Akan tetapi kinerja yang dihasilkan cukup baik sehingga lebih baik bagi pe-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rusahaan untuk fokus kepada faktor dan kriteria lain serta mengalokasikan sumber daya terkait untuk kriteria-kriteria lainnya yang lebih dianggap penting. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

2.9 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Analisis Kualitas Layanan Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Metode *E-Service Quality* dan IPA. Diantaranya dapat dilihat pada Tabel 2.2 sebagai berikut.

Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
(Megawati dan Rubayati, 2020)	Analisis Kualitas Layanan <i>E-Commerce</i> Hni.Id Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan <i>E-Servqual</i> .	Diperolehnya nilai gap perdimensi yang bersifat positif, seperti pada efisiensi (0,02), reliabilitas (0,19), dimensi <i>tangibles</i> (0,05), dimensi responsivitas (0,04), dan dimensi kontak (0,12), menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual <i>e-commerce</i> lebih tinggi daripada harapan mereka dalam aspek-aspek tersebut. Di sisi lain, gap dimensi privasi (0,03) dan gap dimensi kompensasi (-0,03) menunjukkan perbedaan antara harapan dan kinerja yang kurang signifikan, dengan gap kompensasi memiliki nilai negatif, menandakan bahwa kinerja aktual dalam dimensi tersebut lebih tinggi dari pada harapan.
(Supriyanto dkk., 2020)	Pengukuran Kualitas <i>E-Commerce</i> Pariwisata Banten Menggunakan Metode <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA).	Temuan menunjukkan bahwa <i>e-commerce</i> Pariwisata di Provinsi Banten sangat baik. Terlihat 18 dari 28 atribut menunjukkan kinerja baik (kuadran I-I dan IV). Namun masih ada tiga (10,7%) fitur yang perlu diprioritaskan untuk segera diperbaiki guna meningkatkan kualitas <i>e-commerce</i> pariwisata di Provinsi Banten.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

<p>(Sastika, 2018)</p>	<p>Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan <i>E-Service Quality</i> Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus Pelanggan Shoppee Di Kota Bandung 2017).</p>	<p>Niai harapan pengguna aplikasi Shoppee sangat tinggi yaitu sebesar 86.92%, sedangkan nilai persepsinya hanya 68.78%. Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i> (csi) aplikasi Shoppee sebesar 68.62%. Analisis dari matriks <i>Importance Performance Analysis</i> (ipa), pada kuadran a yang terdiri dari 11 atribut, kuadran b terdiri dari 4 atribut, kuandran c terdiri dari 2 atribut dan kuadran d terdiri dari 2 atribut.</p>
<p>(Larasati dan Irawan, 2021)</p>	<p>Analisis <i>E-Service Quality</i> Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (Ipa) Pada Pengguna Aplikasi Dompnet Digital Dana Di Kota Bandung.</p>	<p>terdapat lima dimensi dengan kategori penting dan rata-rata skor harapan sebesar 86% yaitu <i>efficiency, system availability, privacy, responsiveness, compensation, fulfillment, contact</i>, dimana artinya harapan pengguna dana sangat baik. Hasil dari penelitian ini terdapat lima dimensi dengan kategori penting dan rata-rata skor harapan sebesar 86% yaitu <i>efficiency, system availability, privacy, responsiveness, compensation, fulfillment, contact</i> Artinya, ekspektasi pengguna sangat tinggi. Hasil analisis kesenjangan menunjukkan bahwa rata-rata skor keseluruhan per-metrik adalah 6,00, sedangkan skor rata-rata permetrik kinerja adalah 5,56, setara dengan 93% metrik kesesuaian.</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

<p>(Diansyah, Arribe, dan Zhakiyah, 2021)</p>	<p>Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>E-Service Quality</i> Berdasarkan <i>E-Loyalitas</i> Pelanggan Pada <i>Website</i> Tokopedia.</p>	<p>Hasil pengujian secara simultan (Uji F) secara keseluruhan dapat diketahui bahwa nilai F hitung 132,557 besar dari F tabel 1,90, sehingga dapat disimpulkan H1 diterima yang artinya terdapat pengaruh variabel yaitu <i>E-Servqual</i> (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel <i>E-Customer Loyalty</i> (Y).</p>
---	---	--

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.10 Tiktok Shop

Tiktok adalah *platform* pemasaran digital yang populer dikalangan pelaku bisnis. Menurut Bulele, Y. N. (2020) di Indonesia, masyarakat aktif menggunakan media Tiktok tidak hanya untuk mengekspresikan kreativitas, tetapi juga untuk keperluan bisnis. Aplikasi Tiktok kini banyak dimanfaatkan sebagai alat pemasaran digital, termasuk untuk mempromosikan produk baru, produk kosmetik, tempat nongkrong seperti kafe dan sebagainya. Beriringan pertumbuhan teknologi bisnis online, Tiktok juga memperkenalkan fitur unggulan yang dikenal sebagai Tiktok Shop. Pada tanggal 17 April 2021, Tiktok merilis menu bernama Tiktok Shop. Fitur ini dikenal sebagai *social commerce* yang inovatif dirancang untuk memfasilitasi interaksi antara penjual, pembeli, dan kreator membuat pengalaman berbelanja yang lancar, menggembirakan, dan nyaman. Tiktok Shop menyediakan peluang dengan merek dan penjual untuk menyebarluaskan bisnis mereka melalui platform konten video pendek dan menu *live shopping* di akun Tiktok bisnis mereka atau dengan berkolaborasi bersama para kreator. Tiktok sebagai *platform* video asal Tiongkok, pertama kali diluncurkan pada September 2016. Di Indonesia, *platform* ini memiliki 10 juta pengguna aktif yang berumur antara 11 hingga 26 tahun.

2.11 Teknik Sampling

Teknik *sampling* adalah metode untuk memilih sampel yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Teknik *sampling* secara umum dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* mencakup *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling* dan *area random sampling*. Sementara itu, *nonprobability sampling* mencakup *systematic sampling*, *quota sampling*, *accidental sampling*, *purposive sampling*, *saturation sampling* dan *snowball sampling*. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan Rumus



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lemeshow dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga. Berdasarkan pandangan Riduwan dan Akdon (2010) *Lemeshow* adalah suatu formula yang digunakan untuk mengestimasi jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian kuantitatif ketika informasi tentang populasi tidak diketahui atau tidak terbatas. Rumus *Lemeshow* dapat dilihat pada Persamaan 2.3 berikut ini.

$$n = \frac{Z\alpha \times P \times Q}{L^2} \tag{2.3}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan
- Z α = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai
- α = 5% = 1.96
- P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai 50%
- Q = 1 - P
- L = Tingkat ketelitian 10%

2.12 Skala Likert

Skala *Likert* berperan sebagai alat pengukur untuk menilai tingkat intensitas sikap atau perasaan yang dimiliki oleh responden (Masitah dan Ilhamsyah, 2020). Skala *Likert* telah mengalami perkembangan dan modifikasi dengan menghilangkan opsi netral atau memperluas jumlah titik pada skala melibatkan rentang 7 hingga 9 titik. Akibatnya, variasi skala ini berkisar antara 4 hingga 9 titik. Dalam konteks Penelitian ini, digunakan Skala *Likert* 5 titik sebagaimana terlihat pada Tabel 2.3.

Tabel 2.3. Skala *Likert*

Kepuasan	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Tidak Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

2.13 Uji Validitas dan Reliabilitas

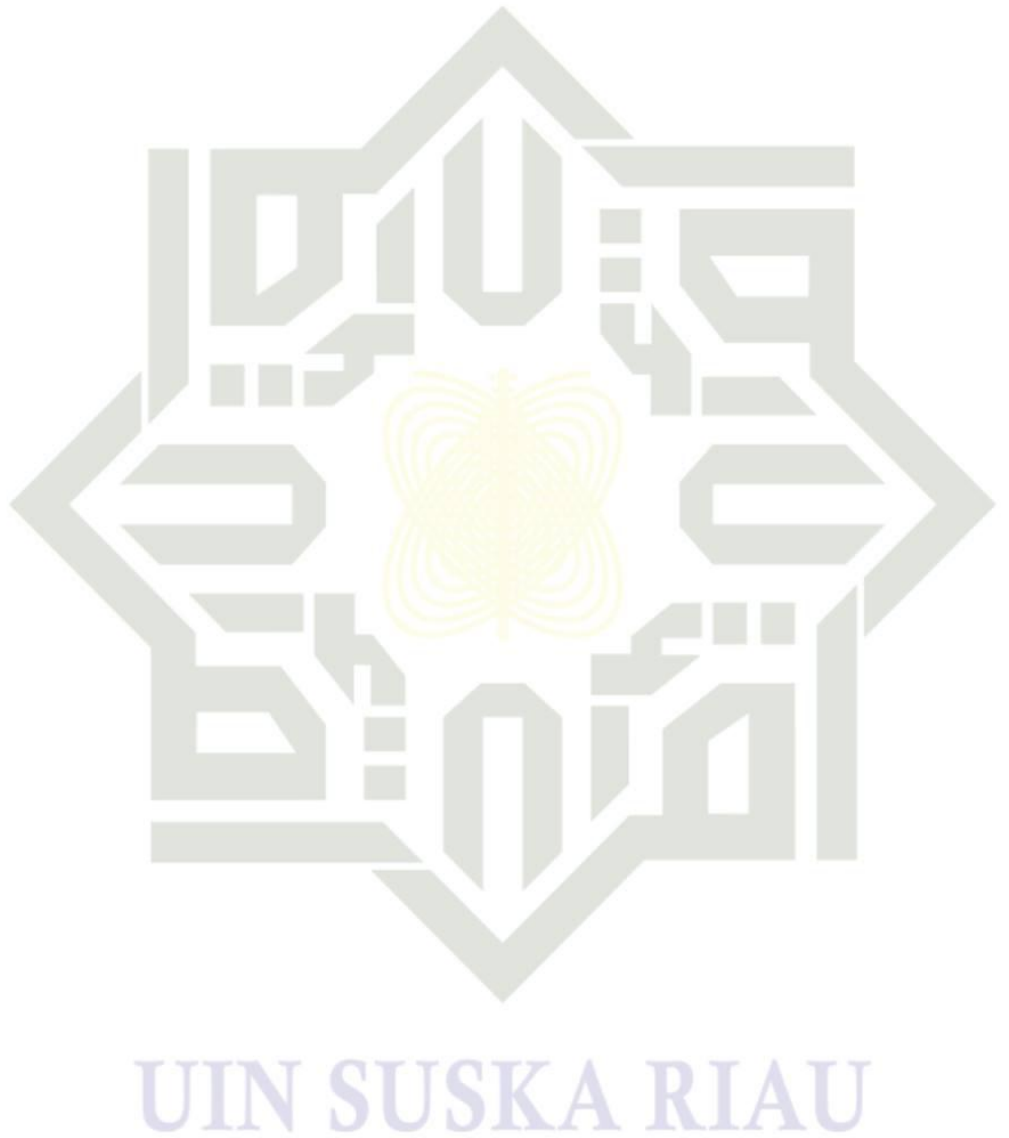
Pengujian validitas digunakan untuk menilai sejauh mana data yang terkumpul sesuai dengan data yang sebenarnya pada objek penelitian dengan tujuan memastikan hasil penelitian yang akurat. Validitas instrumen mengacu pada sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat menghasilkan data yang tepat sesuai dengan apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, instrumen yang valid dapat

diandalkan untuk mengukur variabel yang dimaksud dengan tepat.

Reliabilitas mengindikasikan seberapa dapat diandalkan suatu proses pengukuran. Suatu pengukuran dianggap memiliki reliabilitas yang tinggi apabila, pada berbagai kesempatan pengukuran terhadap kelompok subjek hasil yang diperoleh tetap konsisten dan tidak berubah secara signifikan. Meskipun mungkin terdapat perbedaan kecil hasil yang relatif sama menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik. Namun, jika perbedaannya cukup besar pengukuran tersebut dianggap tidak dapat diandalkan atau tidak reliabel (Cendhani, Hamzah, dan Lestari, 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

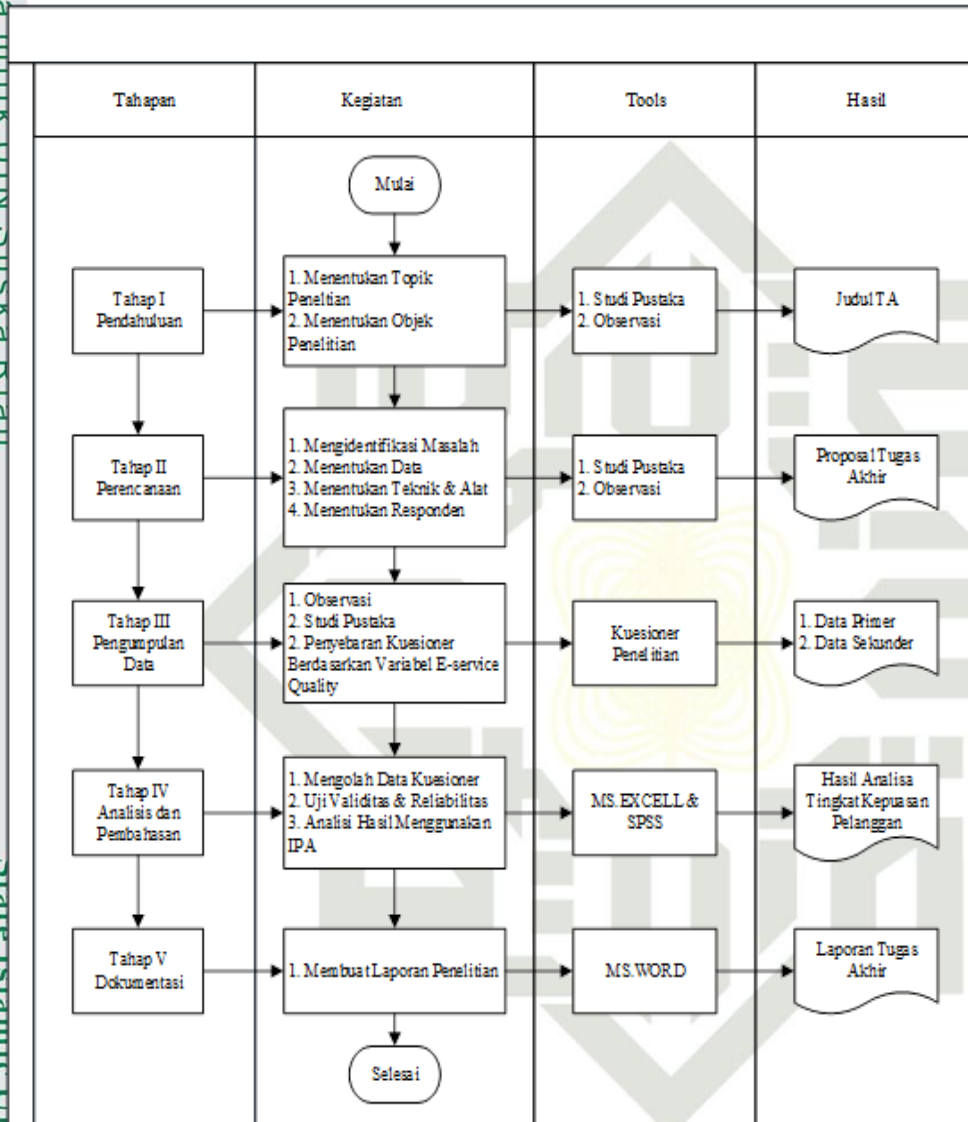
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini terdapat beberapa rangkaian alur yang harus dilakukan. Alur yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut ini.



Gambar 3.1. Metodologi Penelitian

3. Tahap Pendahuluan

Tahapan pendahuluan merupakan urutan awal dalam melaksanakan sebuah penelitian. Ada beberapa hal yang harus dilaksanakan pada tahapan awal ini yaitu sebagai berikut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.1.1 Menentukan Topik Penelitian

Aktivitas pertama yang harus dilaksanakan adalah kita harus menetapkan topik yang akan kita ambil. Adapun topik penelitian yang akan diambil adalah Analisis Kualitas Layanan Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Metode *E-service Quality* Dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

3.1.2 Menentukan Objek Penelitian

Aktivitas awal yang harus dilaksanakan berikutnya adalah menetapkan objek penelitian. Objek penelitiannya adalah sebuah *E-Commerce* yang sangat terkenal dikalangan masyarakat Indonesia yaitu Tiktok Shop.

3.2 Tahap Perencanaan

Tahapan perencanaan merupakan tahapan yang harus dirancang dalam sebuah penelitian. Ada 4 tahapan yang dilakukan dalam perencanaan yaitu:

3.2.1 Mengidentifikasi Masalah

Mengidentifikasi masalah adalah tahap untuk mengamati dan menentukan masalah yang sedang terjadi. Mulai dari menentukan batasan masalah, menjelaskan tujuan penelitian, serta manfaat penelitian. Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *online* yang berisi sejumlah pernyataan.

3.2.2 Menentukan Data

Menentukan data adalah tahap yang paling penting dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan supaya memudahkan jalannya proses penelitian. Data tersebut dapat berupa data primer maupun data sekunder. Adapun penjelasan dari data tersebut adalah berikut ini:

1. Data Primer (*Primary Data*) Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Data ini dapat bersumber dari observasi dan penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi Tiktok Shop.

2. Data Sekunder (*Secondary Data*) Data sekunder adalah data yang diperoleh dari data internal objek penelitian seperti profil dari perusahaan. Data sekunder bisa juga berupa studi pustaka atau referensi mengenai teori-teori yang mendukung penelitian.

3.2.3 Menentukan Teknik dan Alat

Adapun teknik yang dilakukan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan yaitu dengan melakukan studi literatur, studi pendahuluan dan observasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrument berupa kuesioner.



er yang disebarakan melalui *google form* kepada setiap calon responden yang merupakan konsumen Tiktok Shop sebanyak setidaknya 100 orang responden dengan cara mengirimkan kuesioner tersebut secara *online* melalui *WhatsApp* pribadi maupun grup.

3.2.4 Menentukan Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kusioner *google form* sebagai instrument penelitian yang akan disebarakan kepada responden yaitu pengguna aplikasi Tiktok Shop. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia yang pernah melakukan transaksi pembelian melalui Tiktok Shop. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi, terdiri dari anggota-anggota yang dipilih dari populasi penelitian. Definisi sampel mencakup pemilihan sejumlah anggota kecil yang diambil dari populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan jumlah responden dihitung dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. *Purposive sampling* adalah pendekatan pengambilan sampel yang mempertimbangkan kriteria tertentu dalam proses seleksi. Kriteria yang ditetapkan dalam pengambilan sampel penelitian ini yaitu:

1. Telah melakukan pembelian melalui aplikasi Tiktok Shop setidaknya satu kali dalam rentang waktu Bulan Juli 2023 sampai September 2023.
2. Usia minimal responden adalah 18 Tahun, karena dianggap dapat memberikan jawaban secara objektif.

Penentuan jumlah responden dihitung dengan menggunakan rumus *Lemeshow* Persamaan 3.1 sebagai berikut.

$$n = \frac{Z\alpha \times P \times Q}{L^2} \tag{3.1}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z α = nilai standar dari distribusi sesuai nilai

α = 5% = 1.96

P = prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q = 1 - P

L = tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus maka:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.1^2} \quad (3.2)$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.01} = 96.04 \quad (3.3)$$

Maka ditemukan jumlah sampel minimal berdasarkan hasil rumus diatas sebanyak 96,04 orang dan akan dibulatkan menjadi 100 orang. Jumlah yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang menggunakan Tiktok Shop.

3.3 Tahapan Pengumpulan Data

3.3.1 Studi Pustaka

Studi pustaka menjadi rangkaian awal dalam proses pengumpulan data. Metode ini melibatkan pencarian dan analisis data serta informasi yang terkandung dalam berbagai dokumen, termasuk dokumen tertulis, foto, gambar, dan dokumen elektronik. Tujuan dari studi pustaka adalah untuk mendukung proses penulisan dengan menyediakan dasar pengetahuan yang diperlukan. Studi pustaka biasanya didapati dari jurnal-jurnal terdahulu yang membahas mengenai masalah yang sama dalam ruang lingkup yang berbeda mengenai topik yang diteliti oleh penulis.

3.3.2 Observasi

Observasi merupakan rangkaian kedua dalam tahapan pengumpulan data. Observasi merupakan pengamatan langsung terhadap sistem informasi Tiktok Shop untuk mengamati tatanan aplikasi dan meneliti permasalahan yang terdapat pada sistem tersebut, serta menyebarkan kuesioner ke responden yang pernah melakukan transaksi di Tiktok Shop untuk mengetahui permasalahan yang terjadi.

3.3.3 Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel *E-Service Quality*

Teknik mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menyebarkan kuesioner. Survei adalah serangkaian pertanyaan tertulis, biasanya didefinisikan dengan jelas yang diminta untuk dijawab oleh responden. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang rasional ketika peneliti mengetahui secara pasti apa yang dibutuhkan dan bagaimana mengukur variabel penelitian. Penyebaran kuesioner ini dilakukan menggunakan *google form*. Kuesioner disebar secara *online* yang berbentuk sejumlah pertanyaan agar bisa diisi oleh responden. Pertanyaan pada kuesioner adalah mengenai *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen. Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden yang pernah melakukan transaksi pada aplikasi Tiktok Shop sebanyak 100 orang yang didapat



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari perhitungan menggunakan rumus *Lemeshow*. Skala pengukuran yang diperlukan untuk mengukur tingkat kineja dan tingkat kepentingan dalam kuesioner ini yaitu skala *likert*. Skala ini dikembangkan oleh Rensis Likert dengan memiliki 5 (lima) kategori yaitu “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju”. Kriteria penilaian untuk masing-masing indikator pernyataan yang diberikan dapat dilihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut.

Tabel 3.1. Skala Pengukuran

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.4 Tahapan Analisa dan Pembahasan

Analisis data merupakan aktivitas mengklasifikasikan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyiapkan data dari setiap variabel yang diteliti, membuat perhitungan untuk menguji hipotesis. Pada penelitian ini analisa data yang dipakai adalah *regresi linier* sederhana dengan bantuan aplikasi *software SPSS*. Tahapan analisis data adalah rangkaian penting menetapkan suatu penelitian karena analisis data mempunyai fungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian. Teknik analisis data yang akan digunakan oleh peneliti yaitu berikut ini.

3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah semua data kuesioner terkumpul, maka tahapan selanjutnya yaitu melakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan *tools SPSS 23*. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan. Pertanyaan dalam sebuah kuesioner dinyatakan valid jika nilai korelasi lebih besar dari pada r-tabel. Jika terdapat pernyataan yang ditidak valid, maka pernyataan harus diperbaiki atau dihilangkan.

Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar konsisten untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna sistem Tiktok Shop. Pengujian ini memanfaatkan metode *Cronbach Alpha*. Keandalan suatu pernyataan dianggap baik jika nilai *Cronbach Alpha* melebihi 0,60. Triton menyatakan bahwa jika skala tersebut dibagi menjadi lima kelas dengan rentang yang sama, interpretasi ukuran keandalan alpha dapat dijabarkan



sebagai berikut.

- 1. Nilai Alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliabel
- 2. Nilai Alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti hampir reliabel
- 3. Nilai Alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliabel
- 4. Nilai Alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliable
- 5. Nilai Alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00,e berarti sangat reliable

3.4.2 E- Service Quality (E-ServQual)

E-Service Quality atau yang lebih dikenal dengan *E-Servqual* dikembangkan oleh Zeithaml merupakan pengembangan dari model *Service Quality* (*Servqual*) 5 dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman ditahun 1988.*E-Servqual* menjadi 7 dimensi utama, yaitu:

1. Efisiensi: kemampuan pelanggan untuk mengakses situs *web*, mencari produk dan informasi terkait dengan produk.
2. Reliabilitas: terkait dengan fungsionalitas teknis situs, terutama sejauh mana situs tersedia dan berfungsi seperti yang diharapkan.
3. Pemenuhan: melibatkan akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
4. Privasi: jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan dibagikan kepada pihak lain dan informasi pribadi pelanggan (identitas, alat pembayaran, dan kartu kredit) aman.
5. Daya Tanggap: kemampuan pengecer *online* untuk memberikan informasi yang akurat saat ada masalah, menangani pengembalian produk dan menyediakan garansi *online*.
6. Kompensasi: Termasuk pengembalian uang, biaya pengiriman dan biaya penanganan produk.
7. Kontak: mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk berkomunikasi dengan staf layanan pelanggan secara *online* atau melalui telepon bukan dengan mesin.

3.4.3 Analisis Tingkat Kinerja dan Kepentingan

Analisis tingkat kinerja dan kepentingan dilakukan pada data yang diperoleh. Analisa secara deskriptif dengan menampilkan nilai yang diperoleh baik itu data tingkat kinerja atau tingkat kepetingan dari masing-masing variabel *E-Service Quality*. Kemudian, nilai yang diperoleh akan di sajikan dalam bentuk interval untuk mengetahui kategori dari *range* interval yang telah disajikan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4.4 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Dalam metode ini, partisipan diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja, kemudian nilai rata-rata dari kedua aspek tersebut dianalisis menggunakan *Importance Performance Matrix*. Pada matriks ini, sumbu x mencerminkan persepsi sementara sumbu y mencerminkan harapan. Keuntungan dari pendekatan ini antara lain adalah kemampuannya untuk menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ditingkatkan atau dikurangi untuk mempertahankan kepuasan konsumen, hasilnya relatif mudah diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti, dan membutuhkan biaya yang rendah.

3.5 Tahap Dokumentasi

Dalam proses dokumentasi, langkah-langkah yang diambil melibatkan pencatatan setiap fase penulisan Laporan Penelitian dari awal hingga akhir, kemudian disajikan dalam pertemuan dengan pembimbing dan penguji. Laporan penelitian yang dihasilkan dapat berfungsi sebagai sumber rekomendasi bagi pihak terkait.



BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan tentang analisis kualitas layanan Tiktok Shop terhadap kepuasan pelanggan dengan metode *E-service Quality* dan IPA serta pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan berikut ini:

Hasil dari analisis metode *e-servqual* terdapat 33 pernyataan kualitas layanan yang menjadi harapan dan persepsi pengguna pada Tiktok Shop, pernyataan tersebut dikelompokkan menjadi 7 tujuh dimensi metode *e-servqual* yang terdiri dari dimensi *Efficiency*, *System Availability*, *Responsiveness*, *Privacy*, *Compensation*, *Fulfillment* dan *Contact*. Semua atribut kualitas layanan yang menjadi harapan pengguna pada sistem kinerjanya belum memuaskan, hal ini dapat diketahui dari 7 dimensi yang diukur rata-rata memiliki nilai kesenjangan (gap) negatif dimana rata-rata gap *score* tertinggi adalah *Responsiveness* sebesar (-0,51) sedangkan rata-rata gap *score* terendah adalah dimensi *Efficiency* sebesar (-0,05) yang artinya terdapat perbedaan antara harapan dan kepuasan konsumen.

2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, tingkat kepentingan berada pada kategori penting dengan persentase 71,72% dan tingkat kinerja berada pada kategori cukup baik dengan persentase 66,62% yang artinya kualitas layanan Tiktok Shop belum memuaskan karena harapan masih tinggi dibandingkan dengan kinerjanya.

Hasil pengolahan data didapatkan bahwa hasil dari IPA terhadap kualitas layanan Tiktok Shop dapat dikatakan sudah cukup baik karena dari 33 indikator ada 18 indikator yang sudah berkinerja dengan baik.

5.2 Saran

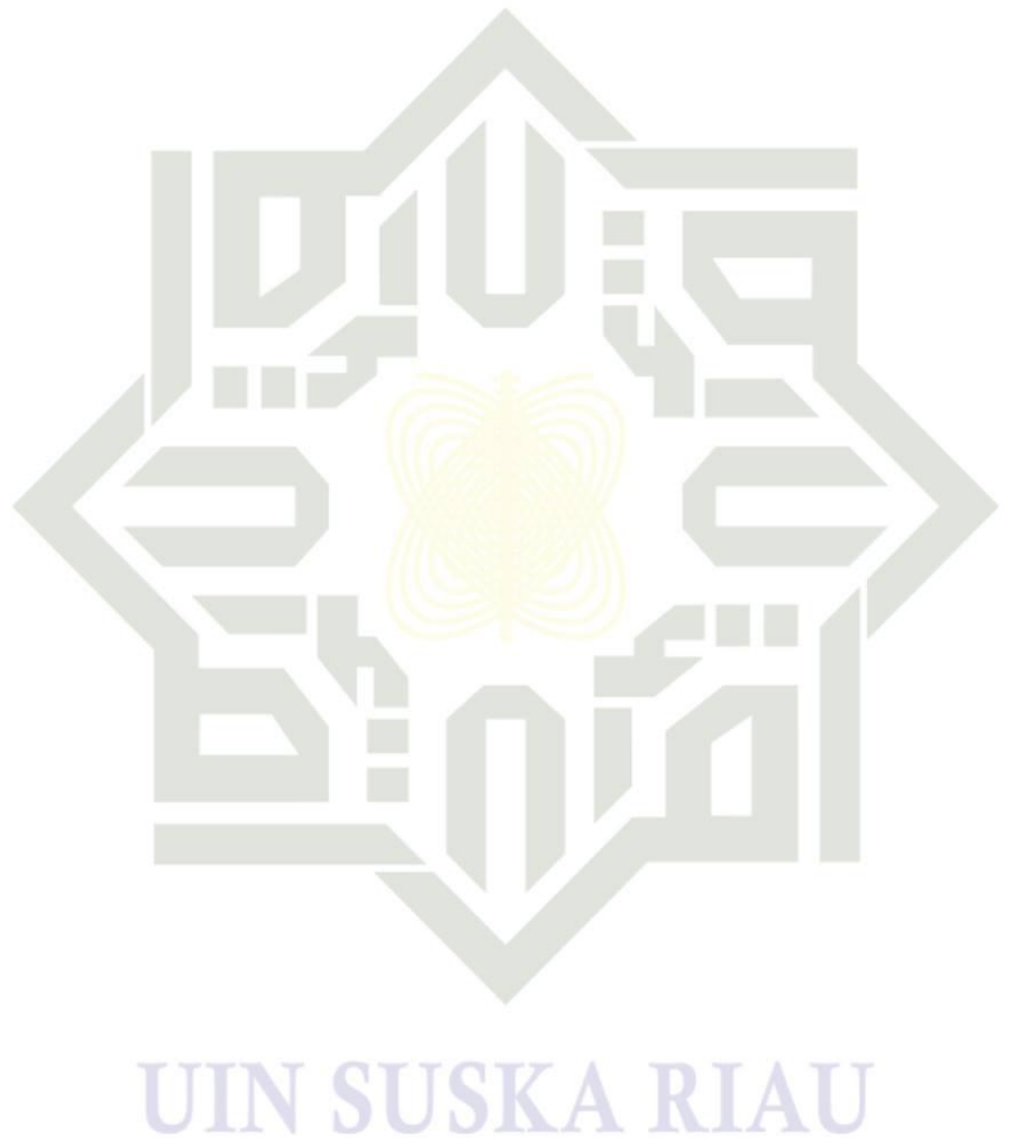
Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran pada penelitian ini sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis kesesuaian dan analisis gap didapatkan permasalahan pada daya tanggap perusahaan Tiktok Shop yang ditunjukkan dengan nilai terendah pada pernyataan 27 yaitu Tiktok Shop menangani masalah dengan segera. Oleh karena itu, perusahaan lebih memperhatikan setiap transaksi jual beli supaya tidak menimbulkan berbagai masalah yang terjadi dengan mengevaluasi berdasarkan penilaian/ulasan juga komentar dari

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen yang telah melakukan transaksi jual beli. Apabila penilaian yang disampaikan konsumen tidak puas, maka perusahaan perlu melakukan perbaikan dan juga melakukan analisis perbandingan dengan perusahaan pesaing *e-commerce* lainnya.

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah variabel penelitian yang dapat membawa pengaruh untuk kepuasan pelanggan seperti harga, nilai persepsi, dan *brand image*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Saifur Kasim Riau
- Cendhiani, T. A., Hamzah, A., dan Lestari, U. (2019). Analisis kualitas layanan e-commerce terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode e-servqual (studi kasus: Website sale stock indonesia). *Jurnal SCRIPT*, 203–212.
- Della Prisanti, M. (2017). Pengaruh e-service quality dan e-trus terhadap e-customer satisfaction serta implikasinya terhadap ecustomer loyalty. *Journal of Business Studies*, 2(1), 19–38.
- De P, P. G., Sanjaya, R., dan Gandajaya, L. (2017). Analisis kualitas layanan lazada dengan menggunakan metode e-servqual dan ipa. *Journal of Accounting and Business Studies*, 2(1).
- Diansyah, R., Arribe, E., dan Zhakiyah, A. M. (2021). Analisis pengaruh customer satisfaction terhadap e-service quality berdasarkan e-customer loyalty pada website tokopedia. *Journal of Software Engineering and Information Systems (SEIS)*, 68–79.
- Fahmi, M., Prayogi, M. A., dan Jufrizen, J. (2018). Peran kepercayaan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas website terhadap loyalitas pelanggan online shop. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 121–130.
- Fatmala, W. S., Suprpto, S., dan Rachmadi, A. (2018). 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.
- Fauziah, D. N., Wulandari, D. A. N., dkk. (2018). Pengukuran kualitas layanan bukalapak. com terhadap kepuasan konsumen dengan metode webqual 4.0. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 3(2), 173–180.
- FuKonudin, F., Suryadi, E., dan Darmanto, D. (2016). Evaluasi kualitas layanan website e-commerce blibli. com menggunakan metode webqual 4.0 terhadap keputusan pembelian online. *Semnasteknomedia Online*, 4(1), 2–3.
- Hammond, J., Bizri, R. M., dan El Baba, I. (2018). The impact of e-banking service quality on customer satisfaction: Evidence from the lebanese banking sector. *Sage Open*, 8(3), 2158244018790633.
- Hatta, H., dan Rumahorbo, S. G. R. (2021). Analisis kepuasa pelanggan e-commerce venus di dki jakarta ditinjau dari e-service quality. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 4(1), 1–10.
- Immanuel, O. J., dkk. (2013). Analisis keputusan pembelian konsumen melalui media online (e-marketing). *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 4(2), 17909.
- Irawan, I. C. (2020). Analisis e-marketing terhadap keputusan pembelian konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



secara online. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 247–260.

- Ishak, A. (2012). Analisis kepuasan pelanggan dalam belanja online: Sebuah studi tentang penyebab (antecedents) dan konsekuensi (consequents). *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2).
- Jonathan, H. (2013). Analisis pengaruh e-service quality terhadap customer satisfaction yang berdampak pada customer loyalty pt bayu buana travel tbk. *The Winners*, 14(2), 104–112.
- Jurria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., dan Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal manajemen*, 13(1), 55–62.
- Larasati, M., dan Irawan, H. (2021). Analisis e-service quality menggunakan metode importance performance analysis (ipa) pada pengguna aplikasi dompet digital dana di kota bandung. *eProceedings of Management*, 8(2).
- Liung, H., dan Liung, H. (2017). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dalam meningkatkan loyalitas di moderasi harga. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 8(01), 78568.
- Maharsi, S., dan Fenny, F. (2006). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pengguna internet banking di surabaya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 35–51.
- Masitah, K. N. M. N., dan Ilhamsyah, I. (2020). Evaluasi kepuasan pengguna siacad universitas tanjungpura menggunakan integrasi technology acceptance model (tam) dan end-user computing satisfaction (eucs). *Coding Jurnal Komputer dan Aplikasi*, 8(2).
- Maulana, S. M., dkk. (2015). Implementasi e-commerce sebagai media penjualan online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1).
- Megawati, M., dan Rubayati, S. (2020). Analisis kualitas layanan e-commerce hni. id terhadap kepuasan pengguna menggunakan e-servqual. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(2), 205–212.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. V. J., dan Roring, F. (2022). Pengaruh online customer rating, sistem pembayaran cash on delivery dan online customer review terhadap keputusan pembelian di tiktok shop (studi pada mahasiswa dan alumni equil choir feb unsrat). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975–984.
- Prinitasari, D., Sidqi, A. N., dkk. (2021). Analisis kepuasan pelanggan elektronik shopee menggunakan metode e-service quality dan kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 12–31.
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



jne cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129.

- Rahmadini, A., dan Muslihat, A. (2022). Pengaruh online customer review dan e-service quality terhadap minat beli pada marketplace lazada di media sosial facebook. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1739–1761.
- Sastika, W. (2018). Analisis kualitas layanan dengan menggunakan e-service quality untuk mengetahui kepuasan pelanggan belanja online shopee (studi kasus: Pelanggan shopee di kota bandung 2017). *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(2), 69–74.
- Septiani, Y., Aribbe, E., dan Diansyah, R. (2020). Analisis kualitas layanan sistem informasi akademik universitas abdurrah terhadap kepuasan pengguna menggunakan metode sevqual (studi kasus: Mahasiswa universitas abdurrah pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131–143.
- Suhestianti, R. A., dan Sugiarta, N. (2022). Konstruksi sosial konsumen online shop di media sosial tiktok (studi fenomenologi tentang konstruksi sosial konsumen generasi z pada online shop smilegoddess di media sosial tiktok). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(1).
- Supriyanto, S., Ridwan, A., Sudiana, R., Budiarto, M. S., Silfiana, S., Irman, A., ... Rusidarma, A. (2020). Pengukuran kualitas e-commerce pariwisata banten menggunakan metode importance-performance analysis (ipa). *Journal Industrial Servicess*, 5(2), 138–142.
- Tusanputri, A. V., dan Amron, A. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. Dalam *Forum ekonomi* (Vol. 23, hal. 632–639).
- Wahyu, W. P., Abdillah, L. A., dan Fatmasari, F. (2016). Analisis kualitas tokopedia menggunakan metode servqual. Dalam *Seminar hasil penelitian sistem informasi dan teknik informatika ke-2 (shap-siti2016)* (Vol. 2).
- Wendha, A., Rahyuda, I. K., dan Suasana, I. (2013). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan garuda indonesia di denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 7(1), 19–28.
- Wibisono, A., dan Syahril, S. (2016). Pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 6(2), 32–47.
- Wibaya, M. H., dan Rizani, N. C. (2022). Analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan shopee express dengan metode servqual. *Presisi*, 24(1), 41–50.
- Wijis, R. A., dan Nurwulandari, A. (2020). The effect of e-service quality, e-trust, price and brand image towards e-satisfaction and its impact on e-loyalty

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

of traveloka's customer. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 1061–1099.

Zhang, H. M., Peh, L. S., dan Wang, Y. H. (2014). Servo motor control system and method of auto-detection of types of servo motors. *Applied Mechanics and Materials*, 496, 1510–1515.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN A

KUESIONER PENELITIAN

Salam hormat,

Assalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh

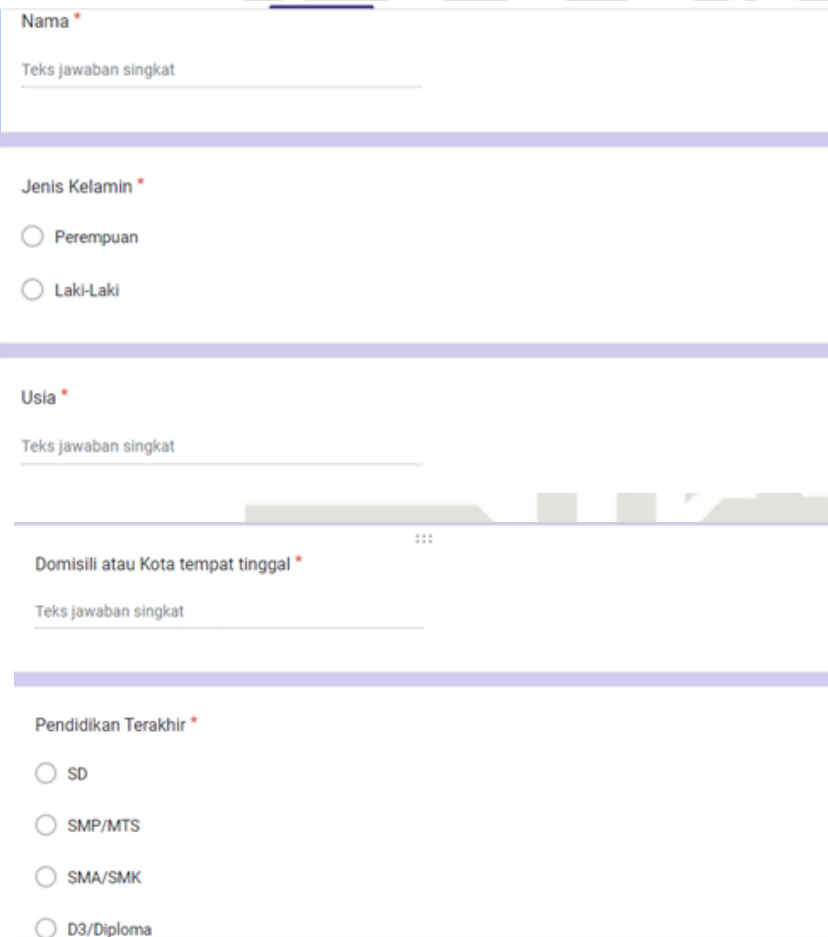
Perkenalkan,

Saya Humairoh dari Fakultas Sains dan Teknologi UIN Suska Riau. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai ANALISIS KUALITAS LAYANAN TIKTOK SHOP DENGAN MENGGUNAKAN METODE E-SERVICE QUALITY DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA). Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir, Saya mohon sekiranya bantuan dari Bapak/Ibu dan Teman-teman untuk menjadi Responden dalam penelitian ini dengan menjawab pertanyaan yang Saya lampirkan.

Seluruh jawaban yang Bapak/Ibu berikan akan dijaga kerahasiaannya, keamanan dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian, sesuai dengan etika dan kaidah penelitian. Terimakasih saya ucapkan atas bantuan dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan. Semoga Allah membalas kebaikan Bapak/Ibu dan Teman-teman sekalian.

Hormat saya,

Humairoh



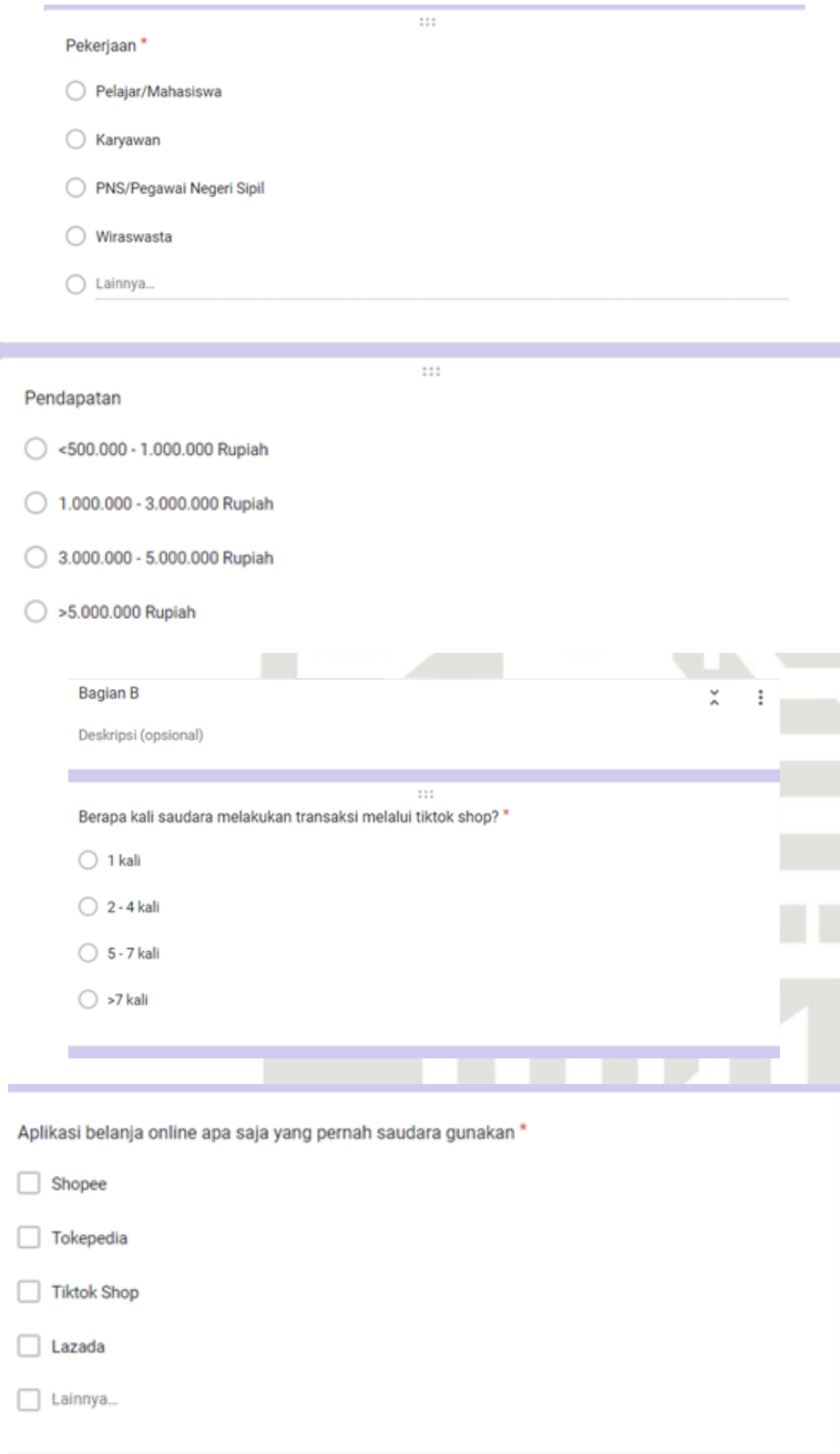
The screenshot shows a digital questionnaire form with the following fields and options:

- Nama ***: A text input field with a placeholder "Teks jawaban singkat".
- Jenis Kelamin ***: Two radio button options: "Perempuan" and "Laki-Laki".
- Usia ***: A text input field with a placeholder "Teks jawaban singkat".
- Domisili atau Kota tempat tinggal ***: A text input field with a placeholder "Teks jawaban singkat".
- Pendidikan Terakhir ***: Four radio button options: "SD", "SMP/MTS", "SMA/SMK", and "D3/Diploma".

Gambar A.1. *Screenshot* Kuesioner

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



The screenshot shows a questionnaire form with the following sections:

- Pekerjaan *** (Occupation): Radio button options for Pelajar/Mahasiswa, Karyawan, PNS/Pegawai Negeri Sipil, Wiraswasta, and Lainnya... (Other).
- Pendapatan** (Income): Radio button options for <500.000 - 1.000.000 Rupiah, 1.000.000 - 3.000.000 Rupiah, 3.000.000 - 5.000.000 Rupiah, and >5.000.000 Rupiah.
- Bagian B** (Section B): A heading for a sub-section.
- Deskripsi (opsional)** (Optional description): A text input field.
- Berapa kali saudara melakukan transaksi melalui tiktok shop? *** (How many times did you make a transaction through Tiktok shop?): Radio button options for 1 kali, 2 - 4 kali, 5 - 7 kali, and >7 kali.
- Aplikasi belanja online apa saja yang pernah saudara gunakan *** (Which online shopping apps have you ever used?): Checkable options for Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop, Lazada, and Lainnya... (Other).

Gambar A.2. Screenshot Kuesioner

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jenis barang apa saja yang sering saudara beli? *

- Kesehatan
- Aksesoris
- Pakaian
- Makanan - Minuman
- Alat Tulis Kantor (ATK)
- Peralatan Rumah Tangga
- Peralatan Dapur
- Lainnya...

Apa pertimbangan saudara menggunakan tiktok shop sebagai sarana belanja? *

- Harga terjangkau
- Keamanan identitas pribadi
- Kemudahan pencarian barang
- Kelengkapan jenis barang
- Pelayanan memuaskan
- Terpercaya
- Lainnya...

Apakah saudara akan bertransaksi kembali menggunakan tiktok shop untuk belanja online?

Ya

Tidak

[Saran Pengisian] Bagi responden menggunakan smartphone, disarankan untuk mengubah rotasi layar menjadi horizontal untuk kenyamanan pengisian kuesioner bagian C.

[Petunjuk Pengisian] Pilih jawaban yang paling sesuai berdasarkan kejujuran dan pengalaman Saudara. Kolom pilihan jawaban bagian ini menggunakan skala likert dengan rincian nilai sebagai berikut.

Skor	Skala Kepentingan Konsumen	Skala Kinerja Marketplace
1	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Baik
2	Tidak Penting	Tidak Baik
3	Cukup Penting	Cukup Baik
4	Penting	Baik
5	Sangat Penting	Sangat Baik

Gambar A.3. Screenshot Kuesioner

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tiktok shop memudahkan saya menemukan apa yang saya butuhkan

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Memudahkan untuk menjelajah ke manapun di tiktok shop *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tiktok Shop memungkinkan saya menyelesaikan transaksi dengan cepat *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Informasi di tiktok shop diatur dengan baik *
:::

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tiktok shop memuat halaman dengan cepat *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tiktok shop mudah digunakan *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tiktok shop memungkinkan saya mengaksesnya dengan cepat *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tiktok shop terorganisir dengan baik *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Gambar A.4. Screenshot Kuesioner

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tiktok shop selalu sedia untuk transaksi bisnis kapanpun dan dimanapun *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop diluncurkan dan dapat berjalan dengan baik *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop tidak macet *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Halaman tiktok shop tidak membeku / macet setelah memasukkan pesanan *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop memberikan estimasi waktu barang dapat diterima *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop membuat barang tersedia untuk pengiriman dalam jangka waktu yang sesuai *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop dengan cepat mengirimkan apa yang saya pesan *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop mengirimkan barang yang dipesan *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Gambar A.5. Screenshot Kuesioner

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Stok barang sebenarnya sesuai dengan informasi ketersediaan barang di tiktok shop

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop jujur tentang penawarannya *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop membuat janji yang akurat tentang pengiriman produk *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop melindungi informasi tentang perilaku belanja dan riwayat belanja saya *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop tidak membagikan informasi pribadi saya dengan situs lain *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop melindungi informasi kartu kredit dan rekening saya *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop memberikan saya opsi yang nyaman untuk mengembalikan barang *

	1	2	3	4	5
Kepen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop menangani pengembalian produk dengan baik *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Gambar A.6. Screenshot Kuesioner

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tiktok shop menawarkan jaminan atau garansi *					
	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...					
Tiktok shop memberitahu saya apa yang harus saya lakukan jika transaksi saya tidak diproses *					
	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...					
Tiktok shop menangani masalah dengan segera *					
	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...					
Tiktok shop memberi saya kompensasi atas masalah yang ditimbulkannya *					
	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...					
Tiktok shop memberi saya kompensasi ketika apa yang saya pesan tidak sampai tepat waktu *					
	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...					
Tiktok shop mengembalikan biaya transaksi barang yang tidak dapat dikirim *					
	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...					
Tiktok shop menyediakan nomor telepon untuk menghubungi perusahaan *					
	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...					
Tiktok shop memiliki perwakilan costumer service yang tersedia online *					
	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Gambar A.7. Screenshot Kuesioner

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

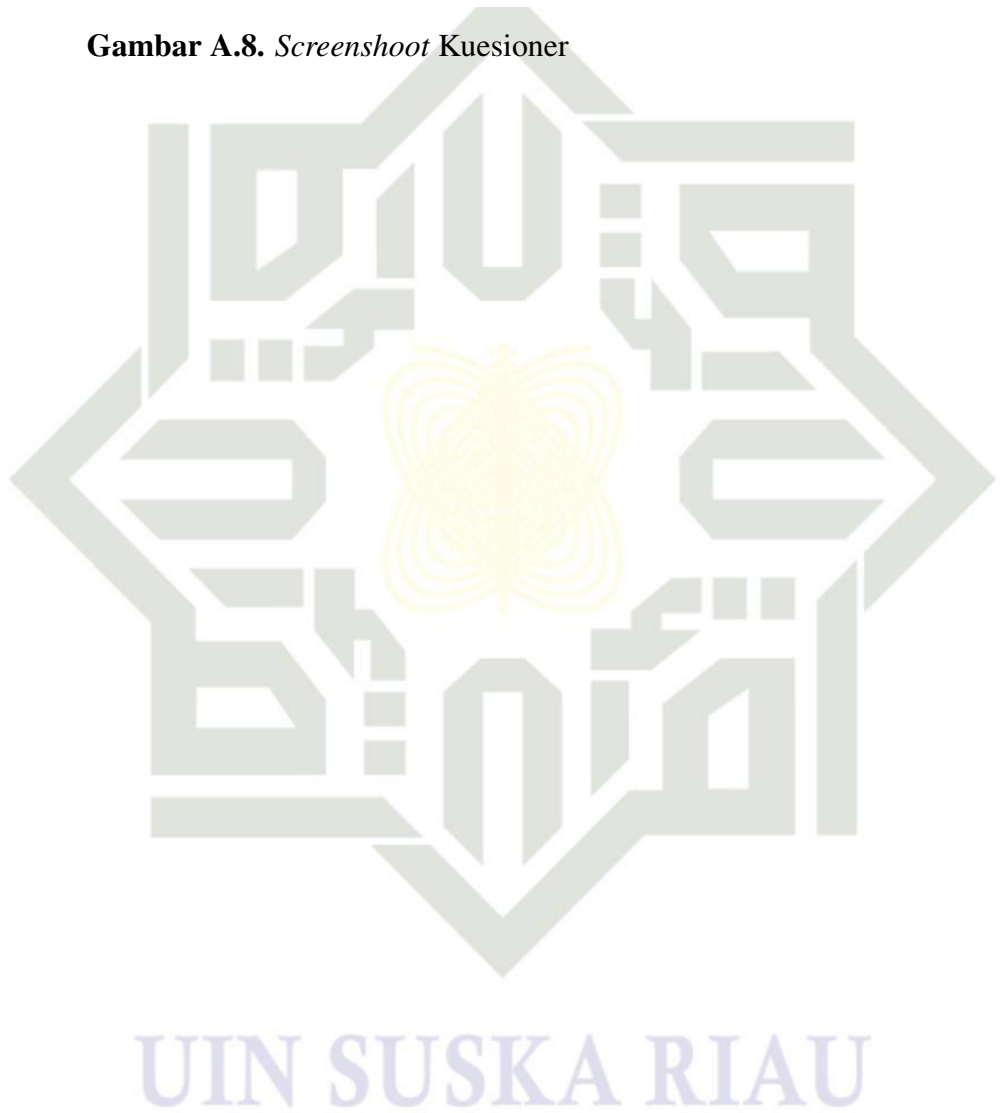
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

Tiktok shop menawarkan bantuan langsung kepada customer service jika ada masalah *

	1	2	3	4	5
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Gambar A.8. Screenshot Kuesioner



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,980	33

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,978	33

Gambar B.1. Reliabilitas

LAMPIRAN C

JAWABAN RESPONDEN

© Hak

No	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	K9	K10	K11	K12	F13	F14	F15	F16	F17	F18	F19	P20	P21	P22	R23	R24	R25	R26	R27	C28	C29	C30	CO31	CO32	CO33	Total	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	130
2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	134	
3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	5	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	105	
4	3	4	2	2	2	3	4	2	4	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	5	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	102	
5	3	1	2	1	3	2	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	5	4	5	5	5	5	4	1	1	4	1	1	71
6	3	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	5	4	3	3	5	5	5	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	129	
7	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	5	2	2	3	3	4	5	5	5	3	2	2	3	2	109	
8	3	2	3	3	3	3	3	2	5	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	5	2	2	5	4	4	4	4	3	2	2	4	2	2	90	
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	130	
10	3	1	1	2	1	1	1	1	4	3	1	1	2	1	1	2	2	2	1	5	3	3	4	2	4	4	4	5	4	1	2	4	3	1	76
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	165	
12	2	2	1	1	2	1	1	1	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	5	3	5	5	5	5	5	1	1	4	1	1	72
13	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	122	
14	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	107	
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	103	
16	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	5	2	3	3	2	5	5	5	5	2	2	4	2	2	95	
17	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	163	
18	2	2	2	2	2	2	2	1	4	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	5	1	2	3	2	4	4	4	4	5	2	1	4	2	2	78
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	164	
20	2	2	2	3	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	3	2	2	4	2	2	81
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	131	
22	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	152	
23	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	161	
24	3	3	3	3	5	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	142	
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	102	
26	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	122	
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99	
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	100
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	1	2	2	1	1	5	4	4	4	5	3	2	2	4	1	1	90	
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	122	
31	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	99	
32	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	5	2	1	5	5	4	4	4	4	1	1	5	1	1	79	
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	100	
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132	
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	2	149	
36	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	4	2	2	2	2	5	2	2	4	2	2	83	
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	101	
38	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	4	2	4	4	4	5	2	2	5	2	2	64	
39	2	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	1	1	5	5	3	4	5	3	1	1	5	1	1	104	
40	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	106	
41	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	156	
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	133
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132
44	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	148	
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	4	3	5	3	5	3	1	1	3	3	97	
46	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	100
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132
48	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	5	5	5	5	5	3	2	2	4	2	2	88
49	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	152	
50	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	146

Gambar C.1. Importance (Y)

Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

51	4	2	3	2	3	2	3	3	2	1	2	1	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	5	5	2	2	3	1	2	84		
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	100			
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	163			
54	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	141			
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	102			
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	102			
57	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	130			
58	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	109			
59	1	1	1	1	2	3	3	4	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	5	5	3	3	1	4	3	83		
60	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	99			
61	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	3	2	3	1	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	5	4	3	3	3	3	88		
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132		
63	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	127		
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	141		
65	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	103			
66	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	2	2	3	4	3	3	3	93		
67	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112		
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	102		
69	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	5	4	4	4	3	114		
70	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	148		
71	4	1	4	4	3	5	3	3	3	4	2	3	5	3	2	4	4	4	3	4	5	5	4	3	5	5	4	3	5	3	3	4	4	117		
72	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132		
73	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	127		
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	102		
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132		
76	3	3	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	122		
77	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	3	3	3	3	5	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	96	
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	101		
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	133		
80	2	2	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	2	2	2	5	4	3	3	3	4	3	3	4	3	5	2	5	99		
81	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	5	3	3	3	3	5	3	99	
82	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	125	
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	5	3	3	3	3	3	5	5	3	3	2	3	5	3	3	102	
84	4	2	4	3	4	1	3	2	4	2	3	2	1	3	2	4	3	2	1	5	4	4	3	4	5	4	3	4	3	2	4	3	3	101		
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	135		
86	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	128	
87	3	2	1	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	5	2	2	3	2	4	2	5	5	2	2	5	1	1	89		
88	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	141
89	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	3	3	2	2	2	3	5	5	4	3	4	4	3	2	2	3	5	5	2	3	5	3	4	118		
90	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	5	2	2	5	2	2	2	4	2	5	5	2	2	4	2	86	
91	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	145	
92	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	1	3	3	3	1	1	3	3	1	2	5	2	4	5	5	4	2	3	3	2	1	85		
93	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	148	
94	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	155	
95	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	156	
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	159	
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	159	
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	159	
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	163	
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	157

Gambar C.2. Importance (Y)



Table with 35 columns (No, E1-E8, K9-K12, F13-F18, P19-P22, R23-R27, C28-C30, CO31-CO33, Total) and 50 rows of numerical data.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar C.3. Performance (X)



© Hak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Humairoh dilahirkan di Selatpanjang Timur, Kecamatan Tebing Tinggi, Kabupaten Kepulauan Meranti pada tanggal 13 Agustus 1999, anak pertama dari dua orang bersaudara merupakan anak dari pasangan Bapak Jamaluddin dan Ibu Nurhayati. Penulis beralamat di Jl. Handayani Gg. Amal, Kecamatan Tebing Tinggi, Kabupaten Kepulauan Meranti, Provinsi Riau. Penulis dapat dihubungi melalui Telepon pada nomor: 0822-6132-8035 dan email: 11750324889@students.uin-suska.ac.id. Riwayat pendidikan yang dilalui penulis yaitu pada tahun 2005-2011 di

SD Swasta Al-Muwahidin Muhammadiyah, kemudian melanjutkan pendidikan ke Madrasah Tsanawiyah Negeri Selatpanjang selesai pada tahun 2014, dan kemudian melanjutkan pendidikan di SMA N 2 Tebing Tinggi dengan jurusan IPA pada tahun 2018, kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi di Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Sains dan Teknologi dengan Program Studi Sistem Informasi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU