



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.

## EVALUASI KUALITAS PELAYANAN PADA *TIKTOK SHOP* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL*

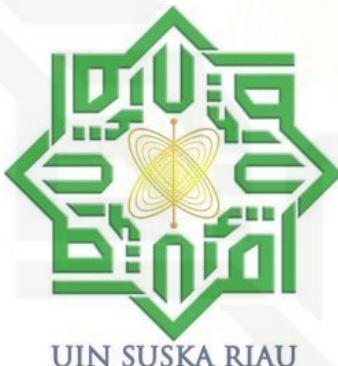
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

### TUGAS AKHIR

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

Oleh:

**AYU RINA VIANA**  
**12050323128**



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
2025**



UIN SUSKA RIAU

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**EVALUASI KUALITAS PELAYANAN PADA TIKTOK SHOP**  
**TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN**  
**METODE SERVQUAL**

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.

**TUGAS AKHIR**

Oleh:

**AYU RINA VIANA**

**12050323128**

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir  
di Pekanbaru, pada tanggal 14 Agustus 2025

**Ketua Program Studi**

**Angraini, S.Kom., M.Eng., P.hD**  
**NIP. 198403212009012008**

**Pembimbing**

**Idria Maita, S.Kom., M.Sc**  
**NIP. 198812102015031006**



UIN SUSKA RIAU

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**EVALUASI KUALITAS PELAYANAN PADA TIKTOK SHOP**  
**TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN**  
**METODE SERVQUAL**

**TUGAS AKHIR**

Oleh:

**AYU RINA VIANA**  
**12050323128**

Telah dipertahankan di depan sidang dewan pengaji  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
di Pekanbaru, pada tanggal 26 Juli 2025

Pekanbaru, 26 Juli 2025  
Mengesahkan,

Ketua Program Studi

**Angraini, S.Kom., M.Eng., Ph.D**  
**NIP. 198408212009012008**

**Zarnelly, S.Kom., M.Sc**  
**Idria Maita, S.Kom., M.Sc**  
**Nesdi Evrilyan Rozanda, S.Kom., M.Sc**  
**Angraini, S.Kom., M.Eng., Ph.D**

- 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.



UN SUSKA RIAU

## SURAT PERNYATAAN

### PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Saya yang beranda tangan dibawah ini :

**Nama** : Ayu Rina Viana  
**NIM** : 12050323128  
**Program Studi** : Sistem Informasi  
**Fakultas** : Sains dan Teknologi  
**Jenis Karya** : Laporan Akhir, Skripsi, Tesis, Disertasi \*)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya yang berjudul :

#### EVALUASI KUALITAS PELAYANAN PADA TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL

berserta instrument/desain/perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalih bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat serta mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*Author*) dan Pembimbing sebagai *co Author* atau pencipta dan juga sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada tanggal : 7 Oktober 2025

Yang membuat pernyataan



Ayu Rina Viana  
NIM. 12050323128

\*) coret yang tidak perlu

Penulisan kritik atau saran suatu masalah.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan dan penelitian, mencantumkan sumber:
- 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 Surat**

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

**LEMBAR PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ayu Rina Viana

Nim : 12050323128

Tempat/Tgl. Lahir : Dusun Murini / 24 Agustus 2001

Fakultas/Pascasarjana : Sains dan Teknologi

Prodi : Sistem Informasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiyah lainnya \*:

**EVALUASI KUALITAS PELAYANAN PADA TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiyah lainnya \* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.

Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.

Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiyah lainnya \* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.

Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiyah lainnya \* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Penyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru 7 Oktober 2025  
Yang membuat pernyataanAyu Rina Viana  
NIM: 12050323128

- Dikti  
Dilindungi Undang-Undang  
Karya mengutip  
Natalia  
Prulikarya tulis (tanpa menuntaskan) dan  
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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada peneliti. Referensi keperstakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin peneliti 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.

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 penda-pat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 25 Agustus 2025  
Yang membuat pernyataan,

**AYU RINA VIANA**  
**NIM 12050323128**

- 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.

## LEMBAR PERSEMPAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Segala *do'a* dan syukur kepada Allah *Subhanallahu Wa Ta'ala*. Atas nikmat. rahmat, dan hidayah mu yang telah meliputiku. Sehingga dengan bekal ilmu pengetahuan yang telah engkau anugerahkan kepadaku dan atas izin-mu akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. *Sholawat* dan salam semoga tercurahkan kepada utusan-mu Nabi Muhammad *Shalallahu Alaihi Wassalam*.

Ayah dan Ibu Tercinta Apa yang saya dapatkan hari ini belum dapat membayar semua kebaikan, keringat dan juga air mata bagi saya. Terimakasih atas segala *do'a* dan dukungan kalian baik dalam bentuk materi maupun moral.

Karya ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud terimakasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggampai cita-cita. Dosen Pembimbing Ibu Idria Maita S.Kom., M. Sc selaku pembimbing ananda mengucapkan terimakasih banyak atas sudinya Ibu meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk membimbing ananda dalam mengerjakan skripsi ini demi terwujudnya skripsi yang baik. Inilah karya sederhana yang dapat ananda persembahkan untuk bapak sebagai tanda termakasih ananda kepada Ibu. Semoga Allah senantiasa melindungi dan melimpahkan keberkahan dunia akhirat kepada Ibu. Terimakasih atas bimbingan selama ini. *Do'akan* semoga ilmu yang ananda dapatkan berkah dan berguna bagi banyak orang, menjadi insan yang selalu bahagia, sukses dunia dan akhirat. *Aamiin Yaa Rabal aalamiin.*

Seluruh dosen dan pegawai Fakultas Sains dan Teknologi skripsi yang sederhana ini ananda dapat persembahkan sebagai tanda terimakasih saya kepada bapak dan ibu dosen atas segala ilmu yang disalurkan selama saya berada di bangku perkuliahan, saya ucapkan terimakasih banyak.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul "Evaluasi Kualitas Pelayanan Pada Tiktok Shop

Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Servqual". *Shalawat* dan salam tidak lupa penulis ucapkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, dengan mengucapkan "*Allahumma Shalli 'Ala Sayyidina Muhammad, Wa 'ala Alihi Sayyid- ina Muhammad*".

Dalam penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dengan adanya bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan masukan hingga menjadi selesai. Untuk itu diucapkan banyak terimakasih kepada.

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti MS, SE., M.Si., Ak., CARektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Prof. H. Raihani, M.Ed., Ph.D Wakil Rektorat I, Dr. Alex Wenda, ST, M.Eng, Wakil Rektorat II, dan Dr. Harris Simaremare, M.T, Wakil Rektorat III, Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memfasilitasi penulis dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Yuslenita Muda, S.Si., M.Sc Dekan Fakultas Sains dan Teknologi, Dr. Kunaifi, S.T., PgDipEnST., M.Sc., Wakil Dekan I, Dr. Lestari Han-dayani, S.T., M.Kom., Wakil Dekan II, Dr. Alwis Nazir, M.Kom., Wakil Dekan III Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memfasilitasi penulis dalam proses perkuliahan dan kemudahan dalam pengurus administrasi di Fakultas Sain dan Teknologi Univeritas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Angraini, S.Kom., M.Eng., P.hD sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi.
4. Ibu Dr. Rice Novita, S.Kom., M.Kom., Sekretaris Program Studi Sistem Informasi.
5. Ibu Fitriani Muttakin, S.Kom, M.Cs., Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan nasihat, bimbingan, dan arahan kepada penulis.
6. Ibu Idria Maita, S.Kom., M.Sc, Pembimbing Skripsi Tugas Akhir, yang telah sabar dan meluangkan waktu untuk, bimbingan, memberi arahan terhadap penulis dalam membuat Skripsi.
7. Ibu Zarnely S.Kom., M.Kom, sebagai ketua sidang yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan, saran, serta kritik dalam penyelesaikan Tugas Akhir ini.



8. Bapak Nesdi Evrilyan Rozanda, S.Kom., M.Sc sebagai Dosen Pengaji I yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan, saran, serta kritik dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Ibu Angraini, S.T., M.Eng., Ph.D, sebagai Dosen Pengaji II yang sudah meluangkan waktu dan memberikan arahan, serta kritik dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
10. Kepada kedua Orang Tua, Ayahanda tercinta Subowo dan Ibunda tercinta Sari Muliasih., yang memberikan kasih sayang dan kekuatan dalam menghadapi rintangan, dan kakak Sri Wulan Dari, abang Husein, kakak Simai, dan keluarga tercinta. Atas pengorbanan, kasih sayang, dan motivasi yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Sistem Informasi yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis.
12. 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.
13. Kepada teman Senasib Seperjuangan Nur Fitria Permata, Rini Maya Saroh, Yulistari, Sindi Ramadhona, Sartika Ayunda
14. Kepada teman-teman sekelas angkatan 2020 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas semua semangat dan dukungan serta pengajaran yang diberikan selama 4 tahun bersama.
15. Kepada teman-teman Kos A6, Waterfal, Mentel-Mentelku, KKN Kepenghuluan Bngko Makmur 2023. Terimakasih atas bantuan dan semangat yang diberikan selama penggerjaan skripsi ini berlangsung.

Skripsi ini masih memiliki kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhirnya, semoga bantuan dan bimbingan yang diberikan kepada Penulis akan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda dan menjadi amal jariyah disisi Allah *Subhanahu Wata'ala. Aamiin Yaa Rab-bal'Alamiin.*

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Pekanbaru, 25 Agustus 2025  
Peneliti,

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

**AYU RINA VIANA**  
**NIM. 12050323128**



UIN SUSKA RIAU

# EVALUASI KUALITAS PELAYANAN PADA *TIKTOK SHOP* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL*

**AYU RINA VIANA NIM: 12050323128**

Tanggal Sidang: 26 Juli 2025

Program Studi Sistem Informasi

Fakultas Sains dan Teknologi

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Jl. Soebrantas, No. 155, Pekanbaru

## ABSTRAK

Aplikasi Tiktok Shop merupakan salah satu e-commerce terkini, dengan banyak keuntungan seperti live event, harga yang kompetitif. Tiktok Shop memiliki banyak kepentingan yang disukai masyarakat dan mudah digunakan, seperti seperti transaksi jual beli di tokonya. Namun, ada beberapa pelayanan pada Tiktok Shop yang kurang memuaskan, baik itu dari segi kualitas barang, maupun pelayanannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan pada TikTok Shop dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode SERVQUAL. Kualitas pelayanan diukur berdasarkan lima dimensi SERVQUAL: bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Penelitian ini menggunakan 100 responden pelanggan media sosial Tiktok Shop. Menurut perhitungan indeks kepuasan konsumen (CSI) sebesar 13,97%, ketidakpuasan konsumen menunjukkan nilai antara 0 - 34,99 pada kriteria kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** CSI, Kepuasan Pelanggan, Sevqual.

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

## **EVALUATION OF SERVICE QUALITY AT TIKTOK SHOP TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION USING THE SERVQUAL METHOD**

**AYU RINA VIANA**  
**NIM: 12050323128**

*Date of Final Exam: July 26<sup>th</sup> 2025*

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

### **ABSTRACT**

*The TikTok Shop app is one of the latest e-commerce platforms, offering numerous benefits, including live events and competitive prices. TikTok Shop offers many popular features and is easy to use, such as in-store transactions. However, some services offered by TikTok Shop are unsatisfactory, both in terms of product quality and service. This study aims to evaluate TikTok Shop's service quality and its impact on customer satisfaction using the SERVQUAL method. Service quality is measured based on five SERVQUAL dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This study used 100 respondents, including TikTok Shop's social media customers. According to the Customer Satisfaction Index (CSI) calculation of 13.97%, customer dissatisfaction indicates a score between 0 and 34.99 on the customer satisfaction criteria. **Keywords:** CSI, Customer Satisfaction, SERVQUAL.*

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 ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN SERAH SIMPAN KARYA</b>	iv
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	v
<b>LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL</b>	iv
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	vii
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b>	viii
<b>KATA PENGANTAR</b>	ix
<b>ABSTRAK</b>	xi
<b>ABSTRACT</b>	xii
<b>DAFTAR ISI</b>	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xv
<b>DAFTAR TABEL</b>	xvi
<b>DAFTAR SINGKATAN</b>	xvii
<b>PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan	5
1.5 Manfaat	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
<b>LANDASAN TEORI</b>	7
2.1 Evaluasi	7
2.2 Kualitas Pelayanan	7
2.3 Aplikasi	7
2.4 Tiktok Shop	8
2.5 Kepuasan Pelanggan	8
2.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan pelanggan	9
2.7 Service Quality (Servqual)	9
2.8 Model Servqual	11
2.9 Customer Satisfaction Index	11
2.10 Pengelolahan Data	12
2.11 Analisis Data	12

2.12 Populasi dan Sample .....	13
2.13 Teknik Sampling .....	13
2.14 Uji Validitas .....	16
2.15 Uji Reliabilita.....	16
2.16 Aplikasi SPSS .....	17
2.17 Penelitian Terdahulu .....	17
<b>3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Metodologi Penelitian.....	22
3.2 Tahap Pendahuluan .....	22
3.3 Tahap Perencanaan .....	23
3.4 Pengolahan Data .....	25
3.5 Tahap Pengolahan dan Analisis Data.....	26
3.6 Tahap Dokumentasi .....	27
<b>4 HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>28</b>
4.1 Analisa Aplikasi.....	28
4.2 Penyebaran Kuesioner .....	28
4.3 Analisis Karakteristik Responden.....	28
4.4 Olah Data Kuesioner.....	31
4.5 Analisis Service Quality .....	34
4.6 Analisis Customer.....	36
<b>5 PENUTUP .....</b>	<b>40</b>
5.1 Kesimpulan .....	40
5.2 Saran .....	40

## **DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN A TRANSKIP WAWANCARA** **A - 1**

**LAMPIRAN B KUESIONER** **B - 1**

**LAMPIRAN C JAWABAN RESPONDEN** **C - 1**

**Hak Cipta Dilindungi** **mdang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan di depannya 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 GAMBAR

2.1 Logo Tiktok Shop .....	7
2.2 Variabel Servqual .....	9
3.1 Metodologi Penelitian .....	22
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	30
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	31

Hak Cipta dilindungi undang-undang  
1. Dilarang untuk menjual atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

1.1 Data Pra Observasi .....	3
2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
3.1 Indikator Variabel Penelitian .....	24
3.2 Skala Likert .....	26
4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	29
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	30
4.4 Uji Validitas Ekspetasi .....	31
4.4 Uji Validitas Ekspetasi .....	32
4.5 <i>Uji Validitas Persepsi</i> .....	32
4.6 Uji Reabilitas Ekspektasi .....	33
4.7 Uji Reabilitas Persepsi .....	34
4.8 Gap Service Quality (Servqual) .....	35
4.9 Nilai Kualitas Tiap Dimensi .....	35
4.10 Hasil Nilai MIS dan MSS .....	36
4.11 Nilai Weight Factor .....	37
4.12 Hasil Nilai Weight Score .....	38

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang menyalin seluruh atau sebagian  
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.

4. Tidak diperbolehkan sumber:

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

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

SERVQUAL

: ... : ... : ... : ... : ...

APJII  
COD  
CSI  
MIS  
MSS  
SPSS

WE  
WS

1. Dilarang mengutip 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 SINGKATAN

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
<i>Cash on Delivery</i>
<i>Customer Satisfaction Index</i>
<i>Mean Importance Score</i>
<i>Mean Satisfaction Score</i>
<i>Statistical Packet for Social Science</i>
<i>Service Quality</i>
<i>Weight Factor</i>
<i>Weight Score</i>



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.

## BAB 1

# PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi baru telah mendorong pertumbuhan bisnis online berbagai jalur online, yang dikenal sebagai e-commerce, bersama dengan pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah pengguna internet. (Fauziah, Wulandari, dkk., 2018). Karena e-commerce menawarkan banyak kemudahan dan efisiensi bagi produsen dan konsumen, ada peluang bisnis yang menjanjikan. Proses jual beli melalui e-commerce dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa terbatas pada waktu atau tempat. Oleh karena itu, waktu dan energi dapat dihemat secara signifikan (Fatmala, Suprapto, dan Rachmadi, 2018).

Sebagian besar orang Indonesia mulai menggunakan belanja online, atau yang lebih dikenal dengan istilah "belanja online." Belanja online dianggap praktis karena memungkinkan pembeli menghemat waktu dan memperoleh barang atau jasa dengan lebih mudah tanpa harus berdesak-desak atau membawa barang yang dibeli (Fahmi, Prayogi, dan Jufrizien, 2018).

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara pengguna internet dengan mereka yang melakukan pembelian secara daring. Keyakinan bahwa proses pembelian akan memakan waktu lama menjadi salah satu alasan utama yang membuat orang enggan melakukan pembelian secara daring. Selain itu, terdapat kekhawatiran mengenai kesesuaian antara gambar contoh produk yang ditampilkan dengan barang yang akan diterima.

Banyaknya kasus penipuan online yang menimbulkan perdebatan antara kurir dan pembeli karena pembeli tidak yakin dengan barang yang ditampilkan di foto dan apa yang akan diterimanya. Dalam e-commerce yang baik, informasi harus akurat, tepat waktu, dan relevan. Kualitas layanan juga harus diperhatikan. Dengan mempertimbangkan definisi ini, kualitas layanan dapat dicapai melalui pemahaman dan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta pengiriman yang akurat sesuai harapan pelanggan (Wahyu, Abdillah, dan Fatmasari, 2016).

Aplikasi TikTok di Indonesia resmi meluncurkan fitur baru bernama TikTok Shop pada 17 April 2021. TikTok Shop merupakan platform social commerce yang memungkinkan pelanggan berbelanja daring tanpa menggunakan aplikasi lain, sehingga memudahkan pengalaman berbelanja (Maharani, Hoediansyah, Salsabilla, dan Siswantoro, 2022). TikTok merupakan salah satu platform media sosial terbesar di dunia dengan jumlah unduhan mencapai miliaran dan pengguna aktif di berbagai negara. Menurut Shi dan Chung (2020),

algoritma kompleks yang digunakan aplikasi ini untuk menyarankan konten yang menarik menjadi alasan mengapa aplikasi ini terkenal. Tiktok merupakan platform video yang didirikan di Tiongkok dan pertama kali dibuka pada September 2016. Tiktok merupakan salah satu media sosial terpopuler di Indonesia dengan 10 juta pengguna aktif dan Tiktok sangat populer di kalangan Gen Z, yang terdiri dari orang-orang berusia 11 hingga 26 tahun (Sulistianti dan Sugiarta, 2022).

Pada tahun 2025, fenomena ini mencapai puncaknya, menempatkan Indonesia di urutan pertama dalam daftar negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia. Sebuah laporan terbaru yang dirilis oleh We Are Social dan Meltwater pada Juli 2025 mengungkapkan bahwa populasi pengguna TikTok di Indonesia telah menembus angka 194,37 juta. Jumlah yang luar biasa ini tak hanya menempatkan Indonesia di urutan pertama secara global, tetapi juga menggeser kekuatan media sosial dari negara-negara raksasa seperti Amerika Serikat dan Brasil. Pada pertengahan tahun 2025, TikTok diproyeksikan akan mencatatkan 1,94 miliar pengguna global. Ini bukan sekadar angka, melainkan representasi dari fakta bahwa hampir seperempat populasi dunia (23,5%) telah aktif di platform tersebut. Pengaruh TikTok yang terus menguat ini sangat terasa di negara-negara berkembang, di mana penetrasi internet yang semakin tinggi menjadi pendorong utama pertumbuhan penggunanya. Setelah Indonesia, persaingan pengguna TikTok global menjadi semakin ketat (sumber: [https://rri.co.id.](https://rri.co.id/)).

Tiktok Shop semakin populer di Indonesia, dengan harga yang murah, gratis ongkos kirim, dan banyaknya promo yang menarik minat banyak anak muda untuk berbelanja di toko online (Mokodompit, Lopian, dan Roring, 2022). Akan tetapi, banyaknya pelanggan yang meninggalkan ulasan di playstore, menandakan bahwa toko online tersebut masih banyak mengalami kendala sehingga membuat pelanggan enggan untuk berbelanja di sana.

Oleh karena itu, memenuhi setiap kebutuhan pelanggan sangat penting bagi kami untuk memberikan layanan terbaik yang membantu memperkuat dan meningkatkan hubungan masyarakat. Tiktok Store mudah digunakan dan disukai banyak orang karena berbagai alasan. Akses terhadap teknologi digital yang digunakan oleh bisnis secara fisik dan digital untuk berkomunikasi, berkolaborasi, membeli, dan menjual barang dan jasa juga disebut e-commerce (Octavia dkk., 2020).

Dalam hal ini, kualitas layanan sangatlah penting. Karena Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen utama dalam strategi manajemen pemasaran, yang telah menjadi bagian penting dari keberhasilan sebuah organisasi.

Persaingan bisnis, kemajuan teknologi, kemajuan ekonomi, dan perubahan sosial dan budaya masyarakat mendorong perusahaan untuk mempertahankan dan mempertahankan kualitas pelayanan. Menurut Goetsch dan Davis (1994), "kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan" (Tjiptono, 2011). Sedangkan menurut Lee dkk. (2011) menyatakan dalam Famiyeh, Kwarteng, dan Asante-Darko (2018) bahwa kualitas layanan merupakan strategi penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Apabila Tiktokshop dapat memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan dan ekspektasi pelanggan, maka akan tercipta kesan positif di mata pelanggan.

Metode Kualitas Layanan (SERVQUAL) menentukan kualitas layanan berdasarkan hasil kesenjangan gap, yaitu bagaimana pelanggan melihat dan mengharapkan layanan yang diberikan kepada mereka. Tingkat kepentingan pelanggan sebelum menggunakan layanan dibandingkan dengan hasil persepsi pelanggan terhadap layanan setelah mereka menggunakan (T. Wijaya, 2011).

Pemilihan kualitas layanan (ServQual), meskipun sederhana dalam skala, memiliki tingkat dan kebenaran yang sangat tinggi. Manajemen bisnis dapat menggunakan untuk belajar lebih banyak tentang bagaimana konsumen melihat dan mengharapkan layanan yang mereka terima. Sebagai pelanggan, bukan penyedia jasa, yang mengharapkan. Dalam mengevaluasi kualitas dan kepuasan pelanggan, ekspektasi pelanggan (customer expectation) sangat penting sebagai standar perbandingan. Dalam penelitian ini, lima indikator digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan Kotler dan Keller (2016): tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan skala Likert lima item.

Tiktokshop dapat memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan dan ekspektasi pelanggan, maka akan tercipta kesan positif di mata pelanggan. Selain itu, berdasarkan pantauan peneliti, hingga tanggal 15 Maret 2024, sudah ada 18.478.077 review yang masuk untuk aplikasi Tiktok di PlayStore. Tiktok mendapat rating maksimal 4,1 dari 5 di Play Store.

Dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa opini dalam penggunaan tiktok shop berikut digambarkan dalam Tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1.** Data Pra Observasi

No	Pengguna	Permasalahan
1	User 1	Kurangnya kualitas dalam tampilan visual dan informasi produk
2	User 2	Kurangnya pilihan metode pembayaran
3	User 3	Ekspedisi pengiriman barang tidak dijelaskan melalui JNT/JNE

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

**Tabel 1.1 Data Pra Observasi (lanjutan...)**

No	Pengguna	Permasalahan
4	User 4	kurangnya jaminan bahwa produk yang dibeli asli atau berkualitas,
5	User 5	ketidakpastian waktu pengiriman

Berdasarkan pemasalahan diatas, dapat disimpulkan bahwa Tiktok Shop tidak sesuai dengan ekspektasi pengguna, maka penelitian ini dicari penyebab permasalahannya terhadap variabel SERVQUAL dengan memfokuskan pada kualitas pelayanan terhadap penggunanya. Alasannya saya menggunakan metode ini mempunyai aplikasi skala pengukuran yang dikenal dengan sebutan multiple item scale dan untuk mengukur kualitas pelayanan dan mengontrol perusahaan jasa untuk meningkatkan kualitas jasa (pelayanan) mereka (Asiah, Tenang, dan Nalle, 2010). SERVQUAL yakni upaya memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen dan juga menyampaikan suatu hal secara tepat guna memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2017).

Beberapa penelitian serupa tentang dampak kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan dan loyalitas layanan elektronik (Ting, Sulaiman, dan Saman, 2016) Temuan menunjukkan bahwa seluruh aspek kualitas layanan elektronik mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan elektronik pembeli online. Daya tanggap dan kualitas layanan elektronik mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan pembeli online terhadap layanan elektronik. Kepuasan pembeli berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas elektronik terhadap niat untuk melanjutkan website pengecer online. Selain itu, pemeriksaan juga dilakukan dari Maidah dan Darmawan (2019) menyimpulkan bahwa variabel persepsi kegunaan dan niat berkelanjutan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian oleh (Famiyeh dkk., 2018) Aspek kualitas layanan seperti empati, keamanan, daya tanggap, dan aset berwujud sangat penting bagi pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dilakukan penelitian pada tiktok shop yang berjudul **“Evaluasi Kualitas Pelayanan Pada Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual.”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana persepsi pengguna terhadap kualitas layanan Tiktok Shop dan faktor apa yang memengaruhi kepuasan pengguna Tiktok Shop sehingga pengguna dapat merasakan rasa puas terhadap Tiktok Shop?

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah dalam penulisan ini sebagai berikut:

Responden Penelitian adalah pengguna tiktok shop melalui google form.

Populasi pada penelitian ini adalah pengguna tiktok shop di kota Pekanbaru, rentang usia mulai 18 tahun hingga 40 tahun.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan survei (kuesioner). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling dengan sasaran populasi penelitian yaitu pengguna Tiktok Shop di Indonesia. Skala Likert dengan lima pilihan digunakan untuk mengukur pendapat responden.

### 1.4 Tujuan

Tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- Untuk mengukur besarnya nilai kesenjangan antara harapan dan kinerja pada tiap atribut.
2. Untuk mengetahui nilai kinerja dari aplikasi Tiktok Shop.
  3. Untuk mengetahui nilai akhir menggunakan perhitungan CSI pada aplikasi Tiktok Shop

### 1.5 Manfaat

Adapun Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat memudahkan masyarakat dalam berbelanja online melalui Tiktok shop.
2. Dapat meningkatkan pemahaman penulis tentang kualitas pelayanan dalam transaksi online dan kepuasan pelanggan di Tiktok Shop, serta menerapkan ilmu sistem informasi yang diperoleh selama proses perkuliahan.
3. Dapat mengaplikasikan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Proposal Tugas Akhir berikut menjelaskan alur dan tahapan yang dilalui selama penelitian:

#### BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metodologi Penelitian, dan Cara Menulis Proposal Tugas Akhir dengan Baik.

#### BAB 2. LANDASAN TEORI

Bab ini memberikan uraian tentang beberapa landasan teori yang terkait dengan pokok permasalahan yang akan dipilih. Landasan teori ini

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.

akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun proposal tugas akhir, yang akan menggunakan kutipan dari berbagai pustaka.

### **BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas langkah-langkah awal, perencanaan dan pengumpulan data, pelaksanaan dan pengolahan data, evaluasi dan pengendalian, dan penutupan dan dokumentasi.

### **BAB 4. HASIL DAN ANALISIS**

Bab ini membahas hasil dari sistem yang sudah dibuat dan membahas cara menerapkan evaluasi kualitas pelayanan.

### **BAB 5. PENUTUP**

Bab ini mencakup kesimpulan dari evaluasi kualitas pelayanan toko TikTok terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode servqual.

## BAB 2

# LANDASAN TEORI

### 2.1 Evaluasi

Evaluasi juga dapat diartikan sebagai penilaian karena istilah itu sendiri menunjukkan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui penilaian yang telah terjadi. Oleh karena itu, evaluasi juga dapat diartikan sebagai perencanaan untuk melakukan sesuatu guna mengambil keputusan (Subhayni dan Iqbal, 2020). Dari ulasan tersebut dapat disimpulkan bahwa evaluasi merupakan proses penentuan suatu kegiatan untuk mengetahui apakah program yang telah dirancang telah mencapai tujuannya, bernilai, dan efektif (Fitzpatrick, Sanders, dan Worthen, 2011).

### 2.2 Kualitas Pelayanan

Perusahaan jasa harus memastikan bahwa kualitas layanannya lebih baik dan lebih unggul dari apa yang diharapkan pelanggan. Perusahaan juga harus memahami kebutuhan dan harapan pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkannya. Menurut Lovelock-Wright yang diterjemahkan oleh Tjiptono (2011), “kualitas layanan adalah tingkat keunggulan produk atau layanan yang diharapkan untuk tingkat keunggulan tersebut guna memenuhi keinginan konsumen.” Tjiptono (2011) menjelaskan bahwa upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik dari produk maupun layanan serta memenuhi permintaan Tjiptono (2011).

### 2.3 Aplikasi

Menurut Rahman dan Santoso (2017), aplikasi merupakan perangkat lunak yang tertanam di dalam komputer dan memiliki banyak perintah yang dapat diikuti untuk melakukan berbagai tugas. Aplikasi ini merupakan program yang dapat mengolah data dengan perintah-perintah dan memiliki banyak fitur yang terdiri dari beberapa kolom formulir yang didesain dengan baik sehingga menarik dan mudah digunakan. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa aplikasi merupakan perangkat lunak dengan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk menyesuaikannya dan membantu mereka mengolah data untuk menghasilkan input dan output.

## 2.4 Tiktok Shop



Gambar 2.1. Logo Tiktok Shop

Gambar 2.1 TikTok adalah aplikasi media sosial populer yang dirilis pada September 2016, memungkinkan pengguna membuat, menonton, dan berbagi video berdurasi lima belas detik yang direkam di perangkat seluler atau webcam. TikTok saat ini tersedia di lebih dari 150 negara, dengan kantor di Beijing, Los Angeles, Moskow, Mumbai, India, Seoul, Korea Selatan, dan Tokyo. Aplikasi ini memiliki umpan video pendek yang unik yang dapat disesuaikan dengan musik dan efek suara. Kualitasnya yang menarik dan tingkat keterlibatan yang tinggi menjadikannya terkenal. Pembuat konten amatir dan profesional dapat berkolaborasi dengan konten, membuat video duet layar terpisah, dan menambahkan efek seperti stiker, musik latar, dan filter ke video mereka. Aplikasi TikTok Indonesia resmi meluncurkan fitur baru bernama TikTok Shop pada tanggal 17 April 2021. Fitur ini merupakan inovasi sosial commerce yang bertujuan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang mudah, menyenangkan, dan nyaman bagi kreator, penjual, dan pembeli. Toko dapat mengembangkan bisnisnya dengan menawarkan konten video berdurasi pendek, fitur belanja real-time, dan bekerja sama dengan pembuat konten lokal (<https://www-investopedia-com>).

TikTok Shop adalah fitur perdagangan sosial yang memungkinkan pembuat konten dan pengguna untuk mempromosikan dan menjual barang mereka melalui TikTok. Fitur ini tersedia untuk pengguna TikTok dengan akun bisnis dan akan tersedia untuk akun pengguna pada pertengahan tahun 2021. Pandemi COVID-19 sedang melanda dunia, dan TikTok muncul untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan toko online-nya. TikTok melihat peningkatan penjualan produk karena mempromosikan berbagai merek di platform jejaring sosialnya, yang mendorong peluncuran fitur belanja ini. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Adweek-Morning Consult, 49% pengguna melakukan pembelian barang atau jasa setelah melihat iklan, promosi, atau ulasan di TikTok (<https://bakrie.ac.id>).

## 2.5 Kepuasan Pelanggan

Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dirasakan dengan harapannya disebut kepuasan. Menurut Hutasoit (2011),

kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kesesuaian dan derajat kemampuan produk dan jasa yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen dengan atribut atau faktor seperti bukti langsung, perhatian pribadi karyawan kepada konsumen, daya tanggap, keandalan, dan jaminan. Jika kinerja tidak sesuai harapan, pelanggan akan kecewa. Harapan pelanggan dapat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, komentar dari kerabat, janji dan informasi dari pemasar dan saingan. Pelanggan yang puas akan lebih setia, kurang sensitif terhadap harga, dan memberi ulasan yang baik tentang perusahaan. Menurut Oliver Majid (2011), "kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya", dan Kotler dan Keller (2016) Windarti (2012), "kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa ril atau aktual dengan kinerja sesuai harapan".

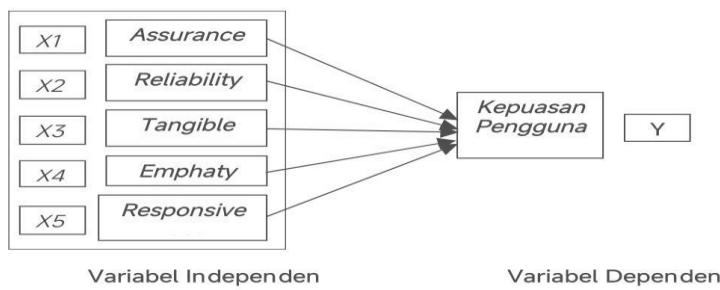
## 2.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan pelanggan

Menurut Endarwati dan Ekawarti (2021), keputusan konsumen di media sosial dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk ulasan, koneksi media sosial, citra merek dari produk itu sendiri, dan iklan yang ditampilkan di media sosial. Sebuah merek harus memiliki citra yang menonjol dan dapat dikenali, dan iklan produk harus menarik dan sesuai dengan produk aslinya.

## 2.7 Service Quality (Servqual)

Metode servqual adalah suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Cara ini mulai dikembangkan pada tahun 1980-an oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), dan telah digunakan dalam mengukur berbagai kualitas jasa. Metode Servqual merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima. Model e-servqual ini adalah sebuah perluasan dari model tradisional servqual menjadi acuan dalam mengukur kualitas pelayanan (Polyakova dan Mirza, 2015). Servqual ini merupakan model konseptual untuk memahami dan meningkatkan service quality suatu perusahaan atau instansi. Servqual ini dikembangkan dengan tujuan mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan menggunakan jaringan internet. E-service quality diartikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan seperti belanja, pembelian dan distribusi secara efektif dan efisien (Chase, Jacobs, dan Aquilano, 2006) dalam Kartika, (2021).

- 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 2.2. Variabel Servqual**

Model konseptual ini terbagi atas dua, yang pertama dari sudut pandang atau sisi pelanggan, yang kedua dari sisi instansi atau perusahaan, yang menunjukkan tiga rentang potensial pada e-servqual suatu situs yakni: Rentang Informasi (Information gap), Rentang Desain (Design gap), Rentang Komunikasi (Communication gap), yang terjadi saat proses marketing, desain depan operasional pada suatu situs dan kombinasi ketiga rentang tersebut secara bersama mempengaruhi rentang di sisi pelanggan yaitu rentang pemenuhan kebutuhan (fulfillment gap), sehingga berpengaruh terhadap tingkat e-servqual serta value yang dirasakan oleh pelanggan, dan juga berpengaruh pada tingkah laku pelanggan dalam keputusannya untuk membeli atau membeli lagi suatu produk atau jasa. Dapat dilihat pada Gambar 2.2 diatas.

Dalam penelitian ini, lima indikator digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan (Kotler dan Keller, 2016): tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan skala Likert lima item pertanyaan sebagai berikut:

1. *Tangible/ bukti fisik*

Kemampuan suatu organisasi untuk menunjukkan eksistensinya kepada orang lain.

2. Kepercayaan dan keandalan

Kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. Responsivitas / daya tanggap

Kemauan untuk membantu klien dan memberikan layanan yang cepat dan tepat melalui penyebaran informasi yang jelas juga didukung keinginan para staf untuk membantu para pelanggan.

4. *Assurance / jaminan*

Jaminan adalah kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan melalui pengetahuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan. Ini mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, yang membuat mereka bebas dari bahaya, resiko, dan keraguan. Empathy

Kemampuan perusahaan atau karyawan perusahaan untuk memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan secara pribadi dengan memahami keinginan pelanggan, seperti kemudahan berkomunikasi, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.

## 2.8 Model Servqual

Model Servqual ini menggunakan skala multi-item untuk mengukur ekspektasi dan persepsi pelanggan. Ada perbedaan di antara keduanya dalam lima dimensi kualitas jasa: kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Variabel harapan dan persepsi diukur dengan menggunakan skala Likert (Amsyah, 2005). Metode servQual mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan fitur setiap dimensi. Hasilnya adalah nilai gap, yang merupakan perbedaan antara persepsi pelanggan terhadap layanan yang mereka terima dan harapan mereka terhadap layanan yang mereka harapkan. Perspektif internal dan eksternal digunakan dalam metode servqual untuk mengetahui apa yang diharapkan dan dirasakan konsumen serta kepuasan mereka (Suparman, 2008). Lima dimensi kualitas jasa terdiri dari skala servqual: tangible, reliable, responsible, assurance, and empathy. Setiap dimensi memiliki beberapa pertanyaan untuk dijawab, dengan nilai mulai dari 1 hingga 5; nilai pertama menunjukkan perasaan sangat tidak setuju (sangat tidak setuju), dan nilai kelima menunjukkan perasaan sangat setuju (sangat setuju) untuk 21 pertanyaan.

## 2.9 Customer Satisfaction Index

CSI mengukur tingkat kepuasan pengguna jasa dengan melihat seberapa penting fitur produk atau jasa tersebut. Indeks kepuasan pelanggan sangat penting untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Devani dan Rizko (2016), rumus berikut dapat digunakan untuk menentukan besarnya CSI:

1. Menentukan Nilai MIS dan MSS. Nilai MIS merupakan perbandingan antara jumlah nilai kepentingan dengan jumlah responden. Sedangkan Nilai MSS diperoleh dari hasil perbandingan jumlah nilai layanan dengan jumlah responden.
2. Menentukan Nilai Weight factor (WF), dengan membagi nilai MIS peratribut pelayanan dengan total MIS

3. Menentukan Weight Score (WS), dengan cara menalikan nilai WF dengan nilai MSS peratribut pelayanan. Menentukan nilai CSI, dengan rumus:

$$CSI = \frac{\sum WS}{5} \times 100\% \quad (2.1)$$

## 2.10 Pengelolahan Data

### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu peristiwa atau kejadian dan terdiri dari kumpulan pertanyaan untuk mendapatkan informasi tentang penelitian yang sedang dilakukan (Dewi dan Sudaryanto, 2020). Angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data atau informasi melalui formulir. Ini adalah formulir yang ditujukan ke seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi untuk mendapatkan tanggapan atau jawaban yang akan dianalisis oleh pihak yang bertanggung jawab atas suatu tujuan tertentu. Selain itu, kuesioner memungkinkan pihak yang bertanggung jawab untuk mengevaluasi hasil yang diberikan responden dan menentukan apa yang dapat ditemukan dalam proses pelaksana (P. Wijaya, 2016).

### 2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi tatap muka antara dua atau lebih pihak yang berusaha mendapatkan informasi tertentu. Salah satu pihak bertindak sebagai pewawancara, dan pihak lain bertindak sebagai pewawancara (Fadhallah, 2021). Wawancara memiliki banyak kelebihan, seperti pertanyaan yang dapat disesuaikan, kemungkinan untuk menggali lebih banyak informasi dan meminta klarifikasi, yang dapat mengurangi bias informasi, dan dapat membantu membangun hubungan emosional yang baik antara pewawancara dan pembicara (Fadhallah, 2021).

## 2.11 Analisis Data

Pada tahap ini, tugas yang dilakukan adalah menganalisis secara deskriptif data kuantitatif yang diperoleh dari hasil penyebaran angket. Menurut Sugiyono, metode Likert digunakan untuk melakukan analisis deskriptif ini dalam langkah-langkah. dikutip oleh (? , ?). Data yang diperoleh dari angket didistribusikan kepada responden disajikan dalam bentuk persentase dan dimuat dalam tabel yang berisi jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan. Data dari angket ini diolah dan dianalisis untuk menentukan bagaimana isi, keakuratan, format, kecepatan pengguna, dan ketepatan waktu sistem informasi intranet memengaruhi kepuasan pengguna. Namun, analisis kuantitatif melibatkan pengujian pengaruh

dengan menggunakan analisis regresi, yang dapat dilakukan dengan program Statistical Packet for Social Science (SPSS) 16 untuk Windows. Analisis regresi cocok untuk variabel-variabel yang memiliki hubungan linier, dan menggunakan sebagai dasar analisis untuk membuktikan hipotesis. Untuk melakukan analisis data dalam penelitian ini, yang akan dilakukan dengan menggunakan asumsi bahwa model regresi linier berganda akan memenuhi asumsi uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

## 2.12 Populasi dan Sample

Populasi merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut semua orang yang terlibat dalam suatu wilayah yang menjadi subjek penelitian. Menurut Sugiyono (Dharma, Wijoyo, dan Anjayani, 2020), populasi merupakan bagian dari sumber data penelitian, sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik populasi. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, yang berarti proses pengambilan sampel dilakukan secara sengaja dan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan. Menurut Sugiyono (2013), sampel diambil dari sebagian populasi yang besar karena tidak mungkin mempelajari semua anggota populasi. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow. Metode ini digunakan untuk menghitung jumlah sampel minimum dalam kasus-kasus yang perilaku populasinya tidak diketahui secara pasti. Metode ini dijelaskan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \times P(1-P)}{d^2} \times \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2} = \frac{0,96}{0,01} = 96,04$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel atau sampel yang dicari

$Z$  = nilai standar/skor Z pada kepercayaan (1,96)

$P$  = Proporsi populasi yang tidak diketahui/ maksimal estimasi 50% (0,5)

$d$  = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

## 2.13 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah metode yang digunakan dalam proses pengambilan sampel. Ada beragam teknik sampling yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian. Secara umum, teknik sampling dapat dikelompokkan menjadi dua kategori utama, yaitu sampel berdasarkan probabilitas dan sampel berdasarkan non-probabilitas (Sugiyono, 2013).

### 1. Probability Sampling

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih

menjadi anggota sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2017). Beberapa metode penarikan sampel probabilitas adalah sebagai berikut (Guritno dan Rahardja, 2011).

a. Simple Random Sampling

Simple random sampling merupakan teknik penarikan sampel secara sederhana, dimana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel tanpa memperhatikan strata yang terdapat dalam populasi tersebut.

b. Stratified Random Sampling

Stratified random sampling merupakan teknik pengambilan sampel bersastra yang dilakukan dengan mengambil sampel secara acak dari setiap populasi yang sudah ditentukan terlebih dahulu, populasi yang sudah ada disekat-sekat menjadi grup yang disebut strata. Setiap strata memiliki elemen yang relative homogeny.

c. Cluster Sampling

Cluster sampling merupakan pengambilan beberapa kelompok yang disebut cluster dari populasi secara acak, kemudian mengambil sebagian atau semua elemen dari setiap cluster untuk dijadikan sampel. Bila populasi tersebar luas maka penarikan sampel dengan teknik ini menjadi lebih efisien dalam hal biaya.

d. Simple Random Sampling

Simple random sampling merupakan teknik penarikan sampel secara sederhana, dimana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel tanpa memperhatikan strata yang terdapat dalam populasi tersebut.

e. stratified Random Sampling

Stratified random sampling merupakan teknik pengambilan sampel bersastra yang dilakukan dengan mengambil sampel secara acak dari setiap populasi yang sudah ditentukan terlebih dahulu, populasi yang sudah ada disekat-sekat menjadi grup yang disebut strata. Setiap strata memiliki elemen yang relative homogeny.

f. Cluster Sampling

Cluster sampling merupakan pengambilan beberapa kelompok yang disebut cluster dari populasi secara acak, kemudian mengambil sebagian atau semua elemen dari setiap cluster untuk dijadikan sampel. Bila populasi tersebar luas maka penarikan sampel dengan teknik ini menjadi lebih efisien dalam hal biaya.

## 2. Nonprobability Sampling

Nonprobability sampling atau penarikan sampel secara tak acak. Penarikan sampel pada teknik ini dilakukan secara subjektif oleh karena itu pengetahuan kepercayaan, dan pengalaman seseorang sering kali dijadikan bahan pertimbangan untuk menentukan anggota populasi yang akan dipilih sebagai sampel. Oleh karena itu probabilitas pemilihan elemen-elemen populasi tidak dapat ditentukan. Hal ini dikarenakan setiap elemen tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Beberapa teknik pengambilan nonprobabilitas sampling adalah sebagai berikut (Guritno dan Ra-hardja, 2011):

a. Convenience Sampling

Convenience sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Dengan kata lain sampel diam bila tau terpilih karena berada ditempat dan waktu yang tepat. Seperti pengambilan sampel pada siswa dalam satu kelas, atau pengunjung di sebuah toko.

b. Quota Sampling

Quota sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang biasanya menggunakan data dari populasi yang berkaitan dengan kuota yang sudah ditentukan dan memiliki ciri-ciri tertentu, dalam pengambilan sampel dengan teknik ini dilakukan hingga sampel memenuhi jumlah kuota yang diinginkan.

c. Snowball Sampling

Snowball sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang mula-mulanya dengan jumlah sedikit, lalu kemudian jumlah sampelnya menjadi besar. Cara pengambilan sampel dengan teknik ini dilakukan secara berantai, jadi semakin lama sampel yang diambil akan semakin banyak.

- Purposive Sampling

Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu.

- Accidental Sampling

Accidental sampling merupakan metode penarikan sampel dimana pemilihan anggota sampelnya dilakukan terhadap objek baik berupa orang atau pun benda yang kebetulan dijumpai.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan wilayah penelitian yang didalamnya terdapat subjek maupun objek yang digunakan oleh peneliti dalam mencari data atau sebagainya dan kemudianditarikkes- impulan. Sedangkan sampel merupakan sebagian dari populasi yang diam- bil untuk mewakili populasi tersebut dalam penelitian.

## 2.14 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak suatu kuesioner. Disebut valid apabila pernyataan pada kuesioner dapat menunjukkan sesuatu yang dikur dalam kuesioner tersebut. Penting untuk dilakukan uji Validitas sebagai alat untuk mengukur item-item pernyataan dalam kuesioner benar-benar valid atau tidak.

Uji validitas instrumen menggunakan rumus korelasi product moment, dengan rumus berikut:

$$r_{xy} = N \frac{\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{N(\sum x^2 - (\sum x)^2) N(\sum Y^2 - \sum Y^2)}}$$

Keterangan:  $r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara X dan Y

$N$  = Jumlah responden (sampel)

$X$  = Skor item nomor tertentu

$V$  = Skor total

Kesimpulan untuk  $r_{xy}$  dikonsultasikan dengan  $r$  tabel product moment dengan taraf signifikansi 5%, apabila  $r_{xy} > r$  maka instrumen penelitian dinyatakan valid, dan apabila  $r_{xy} < r$  tabel maka instrumen penelitian dinyatakan tidak valid.

## 2.15 Uji Reliabilita

Menurut Cendhani, Hamzah, dan Lestari (2019), reliabilitas merujuk pada seberapa konsisten hasil pengukuran meskipun dilakukan dua kali dengan alat yang sama dan terhadap gejala yang sama. Namun, uji reliabilitas (Kusumaningtyas dan Rahajeng, 2017) merupakan alat yang digunakan untuk mengevaluasi kuesioner yang terdiri dari variabel dan konstruk. Apabila jawaban seseorang terhadap su- atu pernyataan konsisten dan stabil, maka kuesioner atau angket penelitian tersebut dikatakan reliabel. Salah satu cara untuk memastikan bahwa suatu item reliabel adalah dengan melihat hasil uji reliabilitasnya dengan menggunakan program SPSS. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Al- pha, karena nilai jawaban terdiri dari rentang nilai dengan koefisien Alpha ( $\alpha$ ) harus lebih besar dari 0,6. Apabila terdapat nilai di

luar rentang tersebut, maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel. Uji reabilitas dapat menggunakan rumus alpha berikut:

$$ri = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$ri$  = reliabilitas instrumen (koefisien Cronbach's Alpha)

$k$  = banyak butir item pernyataan

$ab$  = varians butir pernyataan

$at$  = jumlah varians total

Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika mendapatkan nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60 (Ursachi, Horodnic, dan Zait, 2015).

## 2.16 Aplikasi SPSS

Aplikasi Statistical Package Social Science (SPSS), yang diterbitkan oleh SPSS Inc. dan pertama kali dirilis pada tahun 1968 oleh Norman Nie, memungkinkan analisis data statistik serta sistem manajemen data lingkungan grafis. Aplikasi ini juga memiliki menu sederhana yang memudahkan penggunaannya. SPSS dapat membaca berbagai jenis data dengan membagi data menjadi kasus (baris) dan kolom. Jika suatu kasus berisi informasi tentang satu unit analisis, variabel berisi informasi yang dikumpulkan dari setiap kasus.

## 2.17 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 2.1.

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

No	Judul	Penulis	Hasil
1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce (Studi Kasus: Shopee)	(Meidita dkk., 2018)	Penelitian menunjukkan bahwa dari lima dimensi Service Quality tersebut dapat dua dimensi yakni Ease of Use dan Layout yang tidak berpengaruh signifikan terhadap Satisfaction. Satisfaction berpengaruh positif terhadap Trust dan Intention namun tidak berpengaruh terhadap Word of Mouth. Trust berpengaruh terhadap Word of Mouth namun tidak berpengaruh positif terhadap Intention.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan...)**

No	Judul	Penulis	Hasil
2	The Influence Of E-Banking Service Quality On Customer Loyalty Moderated Mediation Approach	(Shankar dan baraja Kirthy, 2019) (Sharma dan Sharma, 2019)	Temuan menunjukkan bahwa dari Dimensi EBSQ, reliability bersama dengan privacy and security meningkatkan customer loyalty terhadap e-banking. Initial trust pada e-banking memediasi efek dimensi EBSQ pada loyalitas pelanggan kecuali untuk desain situs web. Efek mediasi kepercayaan awal bervariasi antara konsumen yang terlibat tinggi dan rendah.
4	Determinants of continuance intention to use mobile payment services in India	(Kim, Lee, dan Park, 2020)	Penelitian menunjukkan bahwa perceived trust, perceived security, perceived usefulness, dan perceived ease of use berpengaruh positif signifikan terhadap continuance intention. Sementara perceived risk tidak berpengaruh signifikan.
5	The role of customer satisfaction and trust on customer loyalty through online reviews: Moderating role of perceived risk	(Susanto dkk., 2020)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Perceived risk memperlemah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas.
6	Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano	(Azizah dkk., 2021)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived usefulness, satisfaction, dan trust secara signifikan memengaruhi continuance intention untuk menggunakan mobile payment.
	Pengaruh Kualitas Layanan E-commerce Shopee Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee		Penelitian menemukan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan mobile payment.

- 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 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**
- 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 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan...)**

No	Judul	Penulis	Hasil
7	Pengaruh Kualitas Pelayanan E-commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembeli Analisis online marketing E-service quality, E-recovery service quality terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pengguna Shopee di Kabupaten Kudus	(Ridha dkk., 2022)	Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan manfaat yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan mobile wallet.
8	(Pradana dkk., 2022)		Penelitian menunjukkan bahwa trust memiliki pengaruh positif signifikan terhadap continuance intention, sedangkan perceived risk memiliki pengaruh negatif.
9	(Nastiti dkk., 2023)		Hasil menunjukkan bahwa confirmation, perceived usefulness, dan satisfaction berpengaruh positif signifikan terhadap continuance intention pengguna mobile banking.
10	(Putri dkk., 2023)		Hasil penelitian menemukan bahwa satisfaction dan trust secara signifikan memediasi hubungan antara perceived usefulness dan continuance intention.

**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 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan...)**

No	Judul	Penulis	Hasil
11	Efektivitas media sosial meningkatkan kesadaran masyarakat tentang lingkungan menggunakan service quality.	(Jurhani dkk., 2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa trust memediasi pengaruh perceived security terhadap continuance intention.
12	Pengaruh Financial Technology Dana dan OVO Terhadap Kepuasan Mahasiswa Berbelanja Di TikTok Shop (Studi Pada Mahasiswa STAI Hubbuwathan Duri)	(Dama dkk., 2023)	Penelitian membuktikan bahwa customer satisfaction berperan besar dalam meningkatkan trust dan loyalty pelanggan pada e-commerce.
13	Analisis kualitas pelayanan Shopee dan Tokopedia menggunakan metode gap analysis dan Importance Performance Analysis (IPA)	(Dina dkk., 2023)	Penelitian menemukan bahwa satisfaction dan perceived usefulness memiliki pengaruh signifikan terhadap continuance intention dalam penggunaan mobile payment.
14	Moderasi Hedonic Quality Atas Pengaruh E-Service Quality dan Online Customer Review Terhadap Kepuasan Pembelian Pada Marketplace Shopee	(Anestasya dkk., 2024)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived ease of use dan perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap satisfaction dan continuance intention.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan...)**

No	Judul	Penulis	Hasil
15	Customer satisfaction Index Pengguna Aplikasi TikTok Shop di Kalangan Mahasiswa Dengan Metode Importance Performance Analysis	Sat- (Subandi, Budiningrum, dan Sarjita, 2024)	Hasil menunjukkan bahwa satisfaction berpengaruh signifikan terhadap loyalty, serta trust memediasi hubungan tersebut.
16	Pengaruh TikTok Shop Terhadap Kepuasaan Berbelanja Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 21 Universitas Perintis Indonesia, Padang	(Weriframayeni dan Kurnia, 2024)	Penelitian menunjukkan bahwa trust dan satisfaction menjadi faktor penting dalam menjelaskan continuance intention pada mobile commerce.

- 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 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.

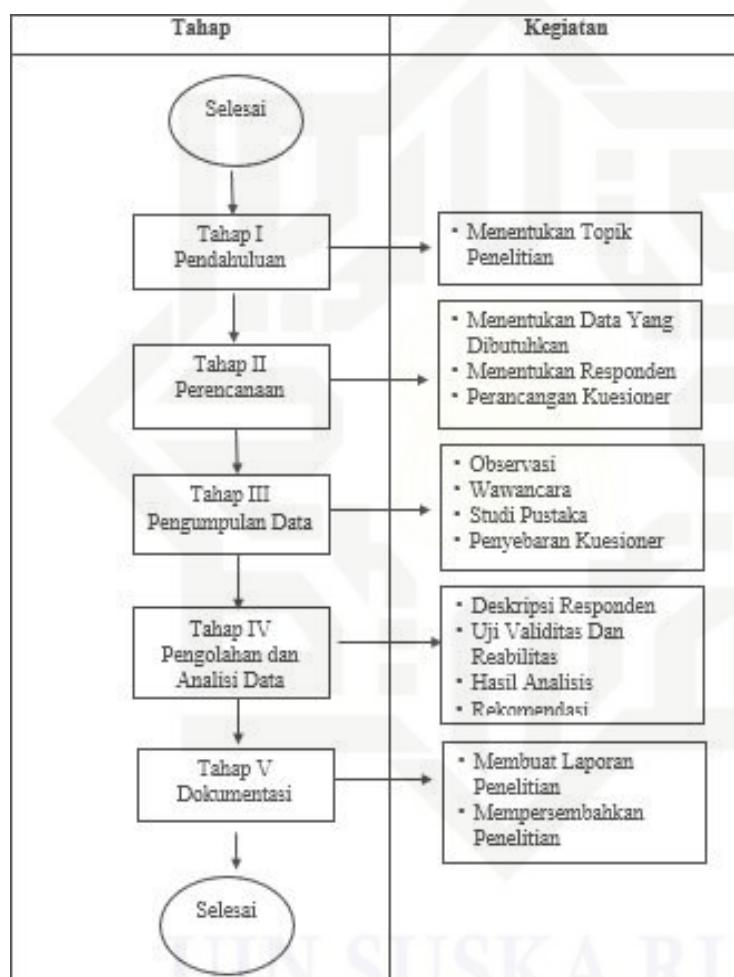
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB 3

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Penelitian ini terdiri dari lima tahap, yaitu pendahuluan, perencanaan, pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, serta dokumentasi, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.1 hingga tahap akhir penelitian, yang dikenal sebagai metodologi penelitian.



**Gambar 3.1.** Metodologi Penelitian

#### 3.2 Tahap Pendahuluan

Tahap pertama dari penelitian ini ialah pendahuluan. Pada tahap ini dilakukan pemilihan topik riset objek penelitian.

1. Menentukan Topik Penelitian Untuk memilih subjek penelitian ini, studi pendahuluan dilakukan dengan mengumpulkan referensi jurnal yang relevan dengan judul yang diajukan. Referensi ini dikumpulkan dari sumber

online maupun offline. Tugas Akhir ini membahas kepuasan pengguna di aplikasi Tiktok Shop berdasarkan langkah-langkah yang telah dilakukan.

### 3.3 Tahap Perencanaan

Aktivitas dimulai dengan proses identifikasi masalah, yang diikuti dengan perumusan masalah penelitian. Selanjutnya, menentukan jenis data yang akan dikumpulkan, termasuk data primer dan sekunder, memutuskan metode yang akan digunakan untuk mengumpulkan data, dan melakukan penarikan sampel dan responden penelitian.

#### 1. Menentukan Data Yang Dibutuhkan

Informasi apa saja yang dibutuhkan pada penelitian Tugas Akhir ini ditetapkan terlebih dulu sebelum pengumpulan data dimulai. Akan ada dua jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

- Data Primer didapat langsung dari pengguna Tiktok Shop yang berkaitan langsung dengan masalah yang akan diteliti. Langkah awal dalam pengumpulan data yang akan penulis lakukan ialah wawancara untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan aplikasi Tiktok Shop. Selanjutnya data diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner.
- Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan melakukan studi literatur berupa buku, jurnal dokumen penting lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### Menentukan Responden

Responden dari penelitian ini adalah pemain Pengguna Aplikasi Tiktok Shop. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling accidental yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Teknik yang digunakan dalam penarikan sampel menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga.

$$n = \frac{z^2 \times P(1-P)}{d^2} \times \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2} = \frac{0,96}{0,01} = 96,04$$

#### Keterangan:

N = jumlah sampel atau sampel yang dicari

Z = nilai standar/skor Z pada kepercayaan (1,96)

P = Proporsi populasi yang tidak diketahui/ maksimal estimasi 50% (0,5)

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Sehingga dari hasil persamaan dengan rumus di atas, ditentukan ukuran sampel minimal yang diperlukan pada penelitian sebanyak 96 responden yang dibulatkan menjadi 100 responden yang dibutuhkan.

### Instrumen Penelitian

Pada tahap ini dilakukan penyusunan instrumen penelitian berupa kuesioner yang terdiri dari 2 bagian. Bagian pertama merupakan variabel penelitian, serta bagian kedua berisi 21 pernyataan pengujian. Tabel 3.1

**Tabel 3.1.** Indikator Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Reliability (Reliabilitas)	1. Menyediakan jasa sesuai yang disajikan pada aplikasi 2. Aplikasi dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan 3. Menyampaikan jasa secara benar dan sesuai pada aplikasi 4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan pada aplikasi 5. Menyimpan catatan/dokumen (nama, alamat, nomor telepon) pada aplikasi tanpa kesalahan 6. Pada aplikasi disampaikan informasi kepada pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa
2	Responsiveness (Daya Tanggap)	7. Aplikasi memberikan pelayanan yang segera/cepat bagi pelanggan 8. Aplikasi menyediakan bantuan bagi pelanggan 9. Aplikasi memberikan kesediaan untuk merespon permintaan pelanggan
3	Assurance (Jaminan)	10. Fitur pada aplikasi membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi 11. Pada aplikasi karyawan secara konsisten bersikap sopan kepada pengguna 12. Terdapat fitur chat online bagi pengguna dan karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan 13. Pada aplikasi memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan 14. Pada aplikasi disediakan fitur yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian
4	Emphaty (Empati)	15. Pada aplikasi sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan 16. Fitur pada aplikasi yang memahami kebutuhan pelanggan 17. Pada aplikasi disediakan waktu beroperasi yang nyaman

**Tabel 3.1** Indikator Variabel Penelitian (lanjutan...)

No	Variabel	Indikator
5	Tangibles Fisik	(Bukti 18. Fitur pada aplikasi menampilkan menu yang menarik 19. Fitur aplikasi yang menyediakan fasilitas yang berdaya tarik visual 20. Pada aplikasi memiliki paduan warna serasi 21. Struktur menu teratur serta mudah dikenali

### 3.4 Pengolahan Data

Setelah menetapkan jenis data apa yang diperlukan untuk penelitian, tahap pengumpulan data dimulai. Pada tahap ini, data primer dan sekunder dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner.

#### 1. Wawancara

Komunikasi tatap muka antara dua orang atau lebih yang bertujuan untuk memperoleh informasi tertentu disebut wawancara. Wawancara dilakukan oleh satu orang dengan orang lain (Fadhallah, 2021). Melalui aplikasi Tiktok Shop, wawancara dilakukan secara offline. Melalui pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, tujuan wawancara adalah untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai topik yang diteliti. Pengguna Tiktok Shop diwawancarai untuk memperoleh data dalam penelitian ini.

#### 2. Studi Literatur

Studi Literatur adalah kajian yang dilakukan oleh peneliti yang menggabungkan buku dan jurnal yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Teknik ini bertujuan untuk menyajikan berbagai teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti sebagai bahan referensi pada saat pembahasan hasil penelitian.

#### 3. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan untuk memperoleh informasi tentang penelitian yang dilakukan dan digunakan untuk mengukur suatu peristiwa atau kejadian (Dewi dan Sudaryanto, 2020). Kuesioner dibuat menggunakan Google Form yang berisi pertanyaan tentang identitas respon- den dan subjek penelitian. Selain itu, survei ini akan disebarluaskan melalui internet. Supervisi ini dilakukan dengan menggunakan metode servqual.

**Tabel 3.2. Skala Likert**

No	Skala Likert	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

### 3.5 Tahap Pengolahan dan Analisis Data

Tahap Pengolahan dan Analisis Data Dalam penelitian ini, teknik statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan data yang telah dikumpulkan dalam grafik. Pada titik ini, tugas-tugas yang telah diselesaikan termasuk mendeskripsikan responden, mengevaluasi validitas dan reliabilitas uji, dan mengolah data kuesioner

#### 1. Deskripsi Responden

Pada tahap ini, deskripsi dan penjelasan akan diberikan kepada responden yang telah berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian. Jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pengguna aplikasi Toko Tiktok digunakan untuk mendeskripsikan responden.

#### 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas dilakukan untuk memastikan bahwa item pertanyaan yang digunakan valid. Dengan menggunakan korelasi product moment Pearson, setiap item pernyataan dalam uji validitas ini dikaitkan dengan skor keseluruhan kategori pernyataan. Alat ini dianggap valid jika nilai r diperoleh dari tabel. Tujuan dari uji reliabilitas penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang reliabel. Hal ini dilakukan dengan melihat hasil Cronbach Alpha dari setiap variabel yang diteliti. Nilai tabel yang lebih besar dianggap reliabel atau bukti yang reliabel.

#### 3. Hasil Analisis

Pada langkah ini, data yang telah ditransformasi akan dihitung untuk menghasilkan hasil utama, yaitu nilai rata-rata untuk setiap variabel. Nilai rata-rata ini akan digunakan untuk melakukan analisis penelitian. Setiap variabel atau komponen penilaian metode Servqual akan mendapatkan nilai evaluasi positif, netral, atau negatif. Nilai evaluasi ini dihasilkan dari nilai rata-rata yang diperoleh dari proses pengolahan data selanjutnya.

#### 4. Rekomendasi

Setelah mendapatkan hasil analisis, langkah selanjutnya adalah membuat saran untuk perbaikan. Rekomendasi ini dibuat berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dan dapat digunakan sebagai referensi untuk perbaikan dan peningkatan kualitas aplikasi Toko Tiktok di masa mendatang.

### 3.6 Tahap Dokumentasi

Dalam proses dokumentasi, setiap fase penulisan Laporan Penelitian dicatat dari awal hingga akhir, dan kemudian disajikan dalam pertemuan dengan pembimbing dan pengaji. Laporan penelitian yang dihasilkan dapat berfungsi sebagai referensi bagi pihak terkait.

## BAB 5

## PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang evaluasi kualitas layanan Tiktok Shop terhadap kepuasan pelanggan dengan metode kualitas layanan, serta diskusi yang telah dibahas di bab sebelumnya, maka dapat mencapai beberapa kesimpulan berikut:

1. Hasil dari analisis metode servqual menemukan 21 pernyataan tentang kualitas layanan yang diharapkan dan persepsi pengguna di Toko Tiktok. Pernyataan tersebut dibagi menjadi 5 dimensi metode servqual, yang terdiri dari Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible. Semua atribut kualitas layanan yang diharapkan pengguna untuk sistem kinerjanya belum memuaskan, seperti yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata dari lima dimensi tersebut. Reliability memiliki nilai Gap -2, Responsiveness memiliki nilai gap -2, Assurance memiliki nilai gap 2, Empathy memiliki nilai gap 0, Tangible memiliki nilai gap 2.
2. Hasil perhitungan CSI terhadap kualitas layanan Tiktok Shop dapat dikatakan buruk dengan skor tidak puas 13,97% yang berada di antara 0% - 30%.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh beserta pembahasan yang ada, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, perlu adanya peningkatan dan perbaikan kualitas layanan pada TikTok Shop agar pengguna merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dalam melakukan apapun itu
2. Tiktok Shop harus memperbaiki kinerja atribut-atribut kualitas jasa yang dianggap penting oleh pengguna yang kinerjanya dianggap masih rendah terutama di atribut Reliability, Responsiveness, Emphaty (Empati).

## DAFTAR PUSTAKA

- Amsyah, Z. (2005). *Manajemen karsipan*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Anestasya, R., dkk. (2024). Moderasi hedonic quality atas pengaruh e-service quality dan online customer review terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee. *Jurnal Manajemen Digital*.
- Asiah, A. H., Tenang, dan Nalle, A. A. (2010). Persepsi pengusaha olahan hasil ternak sapi tentang agroindustri peternakan di kota kupang. *Jurnal ...*, 3(2), 106–114.
- Azizah, N., dkk. (2021). Pengaruh kualitas layanan e-commerce shopee terhadap loyalitas pengguna shopee. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Digital*.
- Cendhani, 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*.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., dan Aquilano, N. J. (2006). *Operations management for competitive advantage* (11th ed.). Universitas Indiana: McGraw-Hill/Irwin.
- Dama, R., dkk. (2023). Pengaruh financial technology dana dan ovo terhadap kepuasan mahasiswa berbelanja di tiktok shop (studi pada mahasiswa stai hubbuwathan duri). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*.
- Devani, V., dan Rizko, R. A. (2016). Analisis kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode customer satisfaction index (csi) dan potential gain in customer value (pgcv). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(2), 24–
29. Retrieved from <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/RMSI/article/view/2605>
- Dewi, S. K., dan Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan reliabilitas kusisioner pengertian, sikap dan perilaku pencegahan demam berdarah. Dalam *Seminar nasional keperawatan (semnaskep)*.
- Dharma, B., Wijoyo, H., dan Anjayani, N. S. (2020). Pengaruh pendidikan sekolah minggu buddha terhadap perkembangan fisik-motorik peserta didik kelas sati di sariputta buddhist studies. *Jurnal Ilmu Agama Dan Pendidikan Agama Buddha*, 2(2), 71–82. Retrieved from <https://doi.org/10.56325/jpbisk.v2i2.11> doi: 10.56325/jpbisk.v2i2.11
- Dina, R., dkk. (2023). Analisis kualitas pelayanan shopee dan tokopedia menggunakan metode gap analysis dan importance performance analysis (ipa). *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Digital*.

Endarwati, E. T., dan Ekawarti, Y. (2021). Efektivitas penggunaan sosial media tik- tok sebagai media promosi ditinjau dari perspektif buying behaviors. *MAN-*

*DAR: Management Development and Applied Research Journal*, 4(1), 112–

120. Retrieved from <https://ojs.unsulbar.ac.id/index.php/mandar/article/view/1318> doi: 10.31605/mandar.v4i1.1318 Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Jakarta: UNJ Press.

Fahmi, M., Prayogi, M. A., dan Jufrizan, J. (2018). Peran kepercayaan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas website terhadap loyalitas pelanggan on- line shop. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 121–130.

Famiyeh, S., Kwarteng, A., dan Asante-Darko, D. (2018). Service quality, customer satisfaction, and loyalty in the banking sector: The moderating role of organizational culture. *International Journal of Quality & Reliability Management*. doi: 10.1108/IJQRM-01-2017-0008

Fatmala, W. S., Suprapto, S., dan Rachmadi, A. (2018). Analisis kualitas layanan website e-commerce berrybenka terhadap kepuasan pengunjung menggu- nakan 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.

Fitzpatrick, J. L., Sanders, J. R., dan Worthen, B. R. (2011). *Program evaluation: Alternative approaches and practical guidelines* (4th ed.). Pearson Education.

Goetsch, D. L., dan Davis, S. (1994). Introduction to total quality: Quality, productivity, competitiveness.

Guritno, S., dan Rahardja, U. (2011). *Theory and application of it research: Metodologi penelitian teknologi informasi*. Yogyakarta: ANDI.

Hutasoit, C. S. (2011). *Pelayanan publik teori & aplikasi*. Jakarta: MAGNA Script Publishing.

Jurhani, A., dkk. (2023). Efektivitas media sosial meningkatkan kesadaran masyarakat tentang lingkungan menggunakan service quality. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*.

Kim, J., Lee, H., dan Park, S. (2020). The role of customer satisfaction and trust on customer loyalty through online reviews: Moderating role of perceived risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 102027.

Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.

Kusumaningtyas, H. R., dan Rahajeng, E. (2017). Persepsi nasabah akan layanan atm dan e-banking dengan metode tam. *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*.

Lee, P.-T., Lin, H.-W., Chang, Y.-H., Fu, T.-F., Dubnau, J., Hirsh, J., . . . Chi- ang, A. (2011). Serotonin-mushroom body circuit modulating the formation of anesthesia-resistant memory in drosophila. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 108, 13794–13799. doi: 10.1073/pnas.1019483108

Maharani, P. J., Hoediansyah, M. E., Salsabilla, Y., dan Siswantoro, M. F. (2022, September). Analisis perilaku mahasiswa dalam melakukan belanja online melalui aplikasi tiktok menggunakan theory of planned behaviour. Dalam *Prosiding seminar nasional teknologi dan sistem informasi (sitasi)* (hal. 70– 79).

Maidah, N., dan Darmawan, A. K. (2019). Analisis kualitas layanan dan kepuasan pengguna sim rsr sud slamet martodirjo pamekasan menggunakan metode modified ecm (expectation confirmation model). Dalam *Prosiding sehati (seminar nasional humaniora dan aplikasi teknologi informasi)* (Vol. 5, hal. 287– 295).

Majid, S. A. (2011). *Customer service dalam bisnis jasa transportasi*.

Meidita, N., dkk. (2018). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, keper- cayaan dan loyalitas pelanggan pada e-commerce (studi kasus: Shopee). *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Digital*.

Mokodompit, H. Y., Lapian, J., dan Roring, F. (2022). Effect of online customer rating, cash on delivery payment system and online customer review on pur- chase decisions at tiktok shop (study on students and alumni equil choir feb unsrat). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akun- tansi*, 10(4), 977–988.

Nastiti, A., dkk. (2023). Pengaruh digital marketing, store atmosphere, dan kuali- tas layanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus di "risky shafira" cuci mobil dan sewa mobil nganjuk). *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Digital*.

Octavia, A., Indrawijaya, S., Sriayudha, Y., Heriberta, Hasbullah, H., dan As- rini. (2020). Impact on e-commerce adoption on entrepreneurial orienta- tion and market orientation in business performance of smes. *Asian Eco- nomic and Financial Review*, 10(5), 516–525. Retrieved from <https://archive.aessweb.com/index.php/5002/article/view/1940>

Parasuraman, A., Zeithaml, V., dan Berry, L. (1988). Servqual: A multiple- item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(87\)50084-7](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(87)50084-7)

Polyakova, O., dan Mirza, M. (2015). Perceived service quality models: Are they still relevant? *The Marketing Review*, 15(1), 59–82. Retrieved from

1. Dilengkapi dengan hak cipta dilindungi undang-undang  
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.

<https://doi.org/10.1362/146934715X14267608178721> doi: 10.1362/146934715X14267608178721

Pradana, R., dkk. (2022). Analisis online marketing e-service quality, e-recovery service quality terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pengguna shopee di kabupaten kudus. *Jurnal Manajemen Digital*.

Putri, R., dkk. (2023). Pengukuran kualitas layanan pada aplikasi tiktok shop menggunakan metode e-servqual dan ipa. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*.

Rahman, F., dan Santoso. (2017). Aplikasi pemesanan undangan online. *Jurnal Sains dan Informatika*, 1(2), 78–87.

Ridha, A., dkk. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan e-commerce shopee terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembeli. *Jurnal Manajemen Digital*.

Shankar, R., dan Jebaraja Kirthy, S. (2019). The influence of e-banking service quality on customer loyalty: Moderated mediation approach. *International Journal of Bank Marketing*.

Sharma, P., dan Sharma, S. (2019). Determinants of continuance intention to use mobile payment services in india. *International Journal of Bank Marketing*. Shi, Y., dan Chung, J-H. (2020). A study on the mobile video contents application.

*Journal of Digital Convergence*. doi: 10.14400/JDC.2020.18.3.311

Subandi, L. P., Budiningrum, E. W., dan Sarjita. (2024). Customer satisfaction index pengguna aplikasi tiktok shop di kalangan mahasiswa dengan metode importance performance analysis. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Digital*.

Subhayni, dan Iqbal, M. (2020). *Evaluasi pengajaran bahasa dan sastra indonesia*. Aceh: Syiah Kuala University Press.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sulistianti, 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).

Suparman. (2008, December). Mungkinkah model "servqual" diterapkan di pelayanan kesehatan. *Warta WidyaSwara*.

Susanto, R., dkk. (2020). Kepercayaan konsumen, kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi e-commerce shopee di kota tondano. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.

Ting, O. S., Sulaiman, M. Z. M. (2016). E-service quality, e-satisfaction and e-loyalty of online shoppers in business to consumer market: Evidence from malaysian. Dalam *Iop conference series: Materials science and engineering* (Vol. 131, hal. 012012). doi: 10.1088/1757-899X/131/1/012012

Tjiptono, F. (2011). *Prinsip-prinsip total quality service (tqs)*. Yogyakarta: CV Andi.

Tjiptono, F. (2017). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Ursachi, G., Horodnic, I., dan Zait, A. (2015). Reliability and validity of measurement instruments used in research. *Procedia Economics and Finance*, 20,

679–686. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00123-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00123-9)

00123-9 doi: 10.1016/S2212-5671(15)00123-9

Wahyu, W. P., Abdillah, L. A., dan Fatmasari, F. (2016). Analisis kualitas tokope- dia menggunakan metode servqual. Dalam *Seminar hasil penelitian sistem informasi dan teknik informatika ke-2 (shap-siti2016)* (Vol. 2).

Weriframayeni, A., dan Kurnia, Y. (2024). Pengaruh tiktok shop terhadap kepuasan berbelanja di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 21 universitas perintis indonesia, padang. *Jurnal Manajemen Digital*.

Wijaya, P. (2016). Perancangan sistem pengolahan kuesioner penggunaan laboratory stikom bali. *Jurnal Sistem Informasi*, 10(2), 128–136. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/131068-ID-perancangan-sistem-pengolahan-kuesioner.pdf>

Wijaya, T. (2011). *Manajemen kualitas jasa: Desain servqual, qfd, dan kano: Diskusi contoh aplikasi dalam kasus penelitian* (2nd ed.). Jakarta: PT Indeks.

Windarti, A. O. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pada pt bank negara indonesia tbk. kantor cabang utama palembang.

*Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi.*

## LAMPIRAN A TRANSKIP WAWANCARA

	Nama : Intan Nur Fatzri
1.	Tempat : Dusun Muda
	Waktu : 22.06 WIB
<b>Pertanyaan</b>	: Sudah Berapa lama anda menggunakan Tiktok Shop?
<b>Jawaban</b>	: Sekitar 3 tahunan
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana Pengalaman anda selama menggunakan layanan Tiktok Shop?
<b>Jawaban</b>	: Selalu lancar hanya saja kendala ongkir
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi Reliability (Kehandalan Memberikan Informasi)?
<b>Jawaban</b>	: Kurang nyata karena ada sebagian oknum jualan menipu tidak real dengan foto
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi Responsive (Daya Tanggap)?
<b>Jawaban</b>	: Kurang baik, kadang untuk respon chat dari pelanggan lama
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi Assurance (Memberikan kepercayaan terhadap Pelanggan)?
<b>Jawaban</b>	: Ada beberapa yang sesuai dengan yang dipasarkan melalui live sehingga membuat pelanggan tertarik.
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi Empathy (Memberikan perhatian ke pelanggan)?
<b>Jawaban</b>	: Ada beberapa penjualan dengan layanan yang baik seperti cara berbicara saat live dan memberikan <b>jawaban</b> nyata saat konsumen memintanya
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pendapat anda tentang shopeefood dari segi Tangibles (Bukti Fisik)?
<b>Jawaban</b>	: Kadang tidak sesuai dengan fotonya
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi kontak (customer service)?
<b>Jawaban</b>	: Dari pengalaman saya selama membeli pelayanan, mereka cukup cepat menjawab.



<b>Pertanyaan</b>	: Sudah Berapa lama anda menggunakan Tiktok Shop?
<b>Jawaban</b>	: Selama 2 tahun
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana Pengalaman anda selama menggunakan layanan Tiktok Shop?
<b>Jawaban</b>	: Tidak memuaskan. Di karenakan barangnya tidak sesuai.
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi Reliability (Kehandalan Memberikan Informasi)?
<b>Jawaban</b>	: Kurang bagus.
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi Responsive (Daya Tanggap)?
<b>Jawaban</b>	: Kurang baik, karena admin terlalu slow respon.
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi Assurance (Memberikan kepercayaan terhadap Pelanggan)?
<b>Jawaban</b>	: Ada yang sesuai ada yang tidak.
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi Empathy (Memberikan perhatian ke pelanggan)?
<b>Jawaban</b>	: Baik. Karena pada saat barang sampai sesuai dengan etalase.
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pendapat anda tentang shopeefood dari segi Tangibles (Bukti Fisik)?
<b>Jawaban</b>	: Kadang tidak sesuai dengan harga yang dijual.
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi kontak (customer service)?
<b>Jawaban</b>	: Selama saya menggunakan Tiktok Shop ada beberapa penjual yang terlalu slow respon, dan ada yang responnya bagus.
<b>Pertanyaan</b>	: Sudah Berapa lama anda menggunakan Tiktok Shop?
<b>Jawaban</b>	: Lebih dari 1 tahun
<b>Pertanyaan</b>	: Bagaimana pengalaman anda selama menggunakan layanan Tiktok Shop?
<b>Jawaban</b>	: Pengalamannya mungkin di Tiktok Shop itu mahal ongkirnya.

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

Alamat : Dusun Muda Waktu : 22.48 WIB

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

**Pertanyaan**

: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi Reliability (Kehandalan Memberikan Informasi)?

**Jawaban**

: Baik dalam memberikan informasi.

**Pertanyaan**

: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi Responsive (Daya Tanggap)?

**Jawaban**

: Kalau untuk responsive pada admin tokonya, kadang lama responnya bahkan tidak direspon.

**Pertanyaan**

: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi Assurance (Memberikan kepercayaan terhadap Pelanggan)?

**Jawaban**

: Cukup baik, karena tidak semua barang di Tiktok Shop itu dapat dipercaya.

**Pertanyaan**

: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi Empathy (Memberikan perhatian ke pelanggan)?

**Jawaban**

: Baik, karena dengan begitu dia menarik perhatian pelanggan.

**Pertanyaan**

: Bagaimana pendapat anda tentang shopeefood dari segi Tangibles (Bukti Fisik)?

**Jawaban**

: Kurang tahu.

**Pertanyaan**

: Bagaimana pendapat anda tentang Tiktok Shop dari segi kontak (customer service)?

**Jawaban**

: Kurang, karena lama responnya.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
Jangan mengkopas sebagian atau seluruh karya tulis 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 sumber 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.

## A. Identitas Responden

Nama	
Jenis Kelamin	
Usia	
Pekerjaan	

## LAMPIRAN B KUESIONER

### B. Pernyataan Petunjuk Pengisian

Pada bagian ini Anda diminta untuk menentukan tingkat Ekspetasi dan Persepsi terhadap atribut-atribut dalam pelayanan Tiktok Shop.

- Tingkat Ekspetasi menyatakan seberapa sesuai, menurut Ekspektasi Anda, kualitas pelayanan Tiktok Shop.
- Tingkat Persepsi menyatakan seberapa sesuai, menurut Persepsi Anda, kualitas pelayanan Tiktok Shop.

[Petunjuk Pengisian]: Pilih jawaban yang sesuai berdasarkan kejujuran dan pengalaman saudara. Kolom pilihan jawaban ini menggunakan skala likert dengan rincian nilai sebagai berikut: **Keterangan**

Tingkat Ekspetasi		Tingkat Persepsi	
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	1. STS (Sangat Tidak Setuju)	2. TS (Tidak Setuju)	2. TS (Tidak Setuju)
2. TS (Tidak Setuju)	2. TS (Tidak Setuju)	3. N (Netral)	3. N (Netral)
3. N (Netral)	3. N (Netral)	4. S (Sangat)	4. S (Sangat)
4. S (Sangat)	4. S (Sangat)	5. ST (Sangat Setuju)	5. ST (Sangat Setuju)
5. ST (Sangat Setuju)	5. ST (Sangat Setuju)		

No.	Pertanyaan	Persepsi					Ekspetasi				
		STS	TS	KS	S	SS	STS	TS	KS	SS	S
1.	Menyediakan jasa sesuai yang disajikan pada aplikasi Tiktok Shop										

**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.

No.	Pertanyaan	Persepsi					Ekspetasi				
		STS	TS	KS	S	SS	STS	TS	KS	SS	S
2.	Aplikasi Tiktok Shop dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan										
3.	Menyampaikan jasa secara benar dan sesuai pada aplikasi Tiktok Shop										
4.	Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan pada aplikasi Tiktok Shop										
5.	Menyimpan catatan dokumen (nama, alamat, nomor telepon) pada aplikasi Tiktok Shop tanpa kesalahan										
6.	Pada aplikasi Tiktok Shop disampaikan informasi kepada pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa										
7.	Aplikasi Tiktok Shop memberikan pelayanan yang segera/cepat bagi pelanggan										
8.	Aplikasi Tiktok Shop menyediakan bantuan bagi pelanggan										
9.	Aplikasi Tiktok Shop memberikan kesedian untuk merespon permintaan 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.

No.	Pertanyaan	Persepsi					Ekspetasi				
		STS	TS	KS	S	SS	STS	TS	KS	SS	S
10.	Fitur pada aplikasi Tiktok Shop membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi										
11.	Pada aplikasi Tiktok Shop karyawan secara konsisten bersikap sopan kepada pengguna										
12.	Terdapat fitur chat online bagi pengguna dan karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan										
13.	Pada aplikasi Tiktok Shop memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan										
14.	Pada aplikasi Tiktok Shop disediakan fitur yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian										
15.	Pada aplikasi Tiktok Shop sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan										
16.	Fitur pada aplikasi Tiktok Shop yang memahami kebutuhan pelanggan										
17.	Pada aplikasi Tiktok Shop disediakan waktu beroperasi yang nyaman										

**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.

No.	Pertanyaan	Persepsi					Ekspetasi				
		STS	TS	KS	S	SS	STS	TS	KS	SS	S
18.	Fitur pada aplikasi Tiktok Shop menampilkan menu yang menarik										
19.	Fitur aplikasi Tiktok Shop yang menyediakan fasilitas yang berdaya tarik visual										
20.	Pada aplikasi Tiktok Shop memiliki paduan warna serasi										
21.	Struktur menu teratur serta mudah dikenali										

## LAMPIRAN C JAWABAN RESPONDEN

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	4	4	3	
6	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	
7	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	
8	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	
9	3	2	3	1	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
10	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	
11	1	1	1	1	1	3	3	3	1	3	1	3	1	1	3	1	3	1	3	1	
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
14	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
15	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
16	4	1	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	
17	3	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	
18	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	4	
19	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
22	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	3	4	4	3	5	4	5	4	
23	4	2	4	2	4	4	2	5	5	2	3	5	5	2	2	4	2	1	2	3	
24	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	
25	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	
26	4	3	4	3	2	2	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	
27	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	5	5	4	5	5	4	
28	4	4	5	3	5	4	3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3	3	
29	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
31	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	2	2	4	4	4	3	3	4	5	
32	3	4	3	5	3	5	4	3	4	4	5	5	3	4	5	3	5	4	4	4	
33	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	
34	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	
36	4	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	
37	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	
38	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - 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.

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	5	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
87	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
91	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
92	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5
93	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4
94	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
95	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
96	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	5	3	4	4	4	3	3
97	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
98	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
100	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



©

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

Penulis memiliki nama panjang Ayu Rina Viana dan biasa di panggil Ayu. Penulis lahir di Bagan Batu , 24 Agustus 2001. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Ayah penulis bernama Subowo dan ibu penulis bernama Sari Muliasi. Penulis d.besarkan di Bagan Batu, Rokan Hilir. Pendidikan penulis di mulai dari Madrasah Ibtidaiyah (MI) di MI Nurul

Islam Pondok Kresek pada tahun 2008-2014 Setelah menempuh pendidikan Madrasah Ibtidaiyah penulis melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Majidiyah Bagan Batu pada tahun 2014-2017. Setelah itu penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMA) di SMA Negeri 4 Bagan Sinembah pada tahun 2017-2020. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi negeri Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Sains dan Teknologi Program Studi Sistem Informasi. Semasa kuliah peneliti pernah melakukan kerja praktek di SD Negeri 37 Pekanbaru . Dan penulis melaksanakan KKN di Desa Bangko Makmur, Kecamatan Bangko Pusako, Kabupaten Rokan Hilir, Riau dan sampai akhirnya penulis bisa menyelesaikan pen- didikan ditahun 2025.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU