

Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Tokopedia Menggunakan Metode Service Quality (Servqual)

Muhammad Rakha Adrian Rukmantara¹, Hylenearti Hertiyana², Hernawati³

^{1,2,3}Universitas Bina Sarana Informatika

Jl Kramat Raya No 98, RT 2/RW 9, Kwitang, Kec Senen, Kota Jakarta Pusat

e-mail: ¹rakaadrian662@gmail.com, ²hylenearti.hha@bsi.ac.id, ³hernawati.hew@bsi.ac.id

Artikel Info : Diterima : 05-06-2025 | Direvisi : 15-06-2025 | Disetujui : 28-06-2025

Abstrak - Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara berbisnis di Indonesia, dengan e-commerce seperti Tokopedia memainkan peran penting dalam ekosistem digital. Namun, pengguna Tokopedia menghadapi kendala seperti keterlambatan respon dan ketidaksesuaian deskripsi produk yang berdampak pada kepuasan pengguna. Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat kepuasan pengguna Tokopedia menggunakan metode SERVQUAL yang mencakup lima dimensi: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Permasalahan tersebut diselesaikan dengan mengidentifikasi kesenjangan (gap) antara harapan dan persepsi pengguna terhadap kualitas layanan Tokopedia melalui analisis GAP SERVQUAL, kemudian memberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan prioritas dimensi yang memiliki nilai GAP negatif tertinggi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan sampel 100 responden pengguna Tokopedia yang dipilih menggunakan rumus Lemeshow. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebar di platform Discord dan dianalisis menggunakan metode GAP analisis SERVQUAL. Hasil uji validitas menunjukkan semua item pertanyaan valid (r hitung $> 0,195$) dan reliabel (Cronbach's Alpha $> 0,7$). Hasil penelitian menunjukkan nilai GAP rata-rata sebesar $-0,3$, mengindikasikan pengguna tidak puas terhadap layanan Tokopedia secara keseluruhan. Dimensi Tangibles menunjukkan kepuasan positif (GAP $0,18$), sementara empat dimensi lainnya menunjukkan ketidakpuasan: Empathy ($-0,7$), Responsiveness ($-0,57$), Assurance ($-0,29$), dan Reliability ($-0,12$). Penelitian ini memberikan rekomendasi perbaikan prioritas pada dimensi Empathy dan Responsiveness untuk meningkatkan kepuasan pengguna Tokopedia.

Kata Kunci: Kepuasan Pengguna, Tokopedia, SERVQUAL, E-commerce, Kualitas Layanan.

Abstracts - The development of information and communication technology has transformed business practices in Indonesia, with e-commerce platforms like Tokopedia playing a crucial role in the digital ecosystem. However, Tokopedia users face challenges such as delayed responses and product description mismatches that impact user satisfaction. This study aims to analyze Tokopedia user satisfaction using the SERVQUAL method encompassing five dimensions: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. The problem is addressed by identifying gaps between user expectations and perceptions of Tokopedia's service quality through SERVQUAL GAP analysis, then providing improvement recommendations based on priority dimensions with the highest negative GAP values. The research employed a descriptive quantitative approach with 100 Tokopedia users selected using the Lemeshow formula. Data was collected through online questionnaires distributed via Discord platform and analyzed using SERVQUAL GAP analysis method. Validity test results showed all question items were valid (r calculated > 0.195) and reliable (Cronbach's Alpha > 0.7). The findings revealed an average GAP value of -0.3 , indicating overall user dissatisfaction with Tokopedia's services. The Tangibles dimension showed positive satisfaction (GAP 0.18), while four other dimensions indicated dissatisfaction: Empathy (-0.7), Responsiveness (-0.57), Assurance (-0.29), and Reliability (-0.12). This study provides priority improvement recommendations for Empathy and Responsiveness dimensions to enhance Tokopedia user satisfaction.

Keywords: User Satisfaction, Tokopedia, SERVQUAL, E-commerce, Service Quality.

PENDAHULUAN



Transformasi di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi cara berbisnis di Indonesia secara menyeluruh. Internet mempermudah akses terhadap informasi dan komunikasi, meningkatkan efisiensi dan produktivitas, memperluas pasar, serta membuka peluang usaha baru (Lantana et al., 2023). E-commerce merupakan bagian dari transformasi digital yang telah membawa pengaruh besar terhadap sektor bisnis, termasuk pada pelaku usaha kecil dan menengah (UKM).

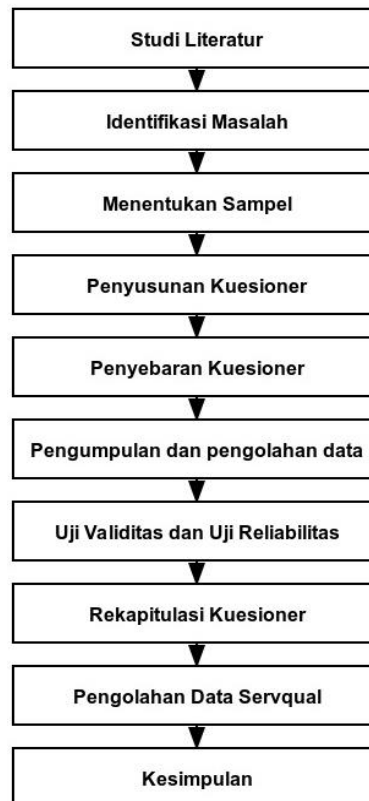
Salah satu *platform e-commerce* yang berperan penting dalam ekosistem digital Indonesia adalah Tokopedia. Tokopedia telah memainkan peran penting dalam menghubungkan penjual dengan pembeli secara *online* (Afianti et al., 2023). Namun demikian, pengguna Tokopedia juga menghadapi beberapa kendala seperti keterlambatan respon dari penjual dan ketidaksesuaian deskripsi produk dengan barang yang diterima, yang berdampak negatif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Priatna et al., 2022).

Untuk memahami permasalahan tersebut, penelitian ini mengadopsi model *SERVQUAL* untuk mengidentifikasi dampak relatif dari lima dimensi utama dalam kriteria *SERVQUAL* yaitu *tangibles*, *reliability*, *emphaty*, *assurance*, dan *responsiveness* yang masing-masing merepresentasikan aspek-aspek penting dalam evaluasi kualitas layanan dari perspektif pelanggan (Sembiring et al., 2023).

Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diidentifikasi dimensi mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna terhadap Tokopedia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai kepuasan pengguna serta dampaknya terhadap Tokopedia. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan layanan berdasarkan kepuasan pengguna, maka dapat disusun strategi perbaikan layanan yang lebih tepat sasaran, baik dalam optimalisasi fitur e-commerce maupun dalam pelayanan yang diberikan oleh Tokopedia.

METODE PENELITIAN

A. Tahapan Penelitian



Sumber: Penelitian, 2025.

Gambar 1 Kerangka Tahapan Penelitian

Penelitian ini disusun melalui beberapa tahapan agar mengetahui tingkat kepuasan pengguna menurut (Priyono, n.d.) sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Studi literatur diterapkan untuk menghimpun informasi serta landasan teori yang relevan, yang diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dan referensi lainnya. Teori-teori tersebut digunakan sebagai pijakan

dalam merumuskan solusi terhadap permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini.

2. Identifikasi Masalah

Tahap awal dimulai dengan mengamati permasalahan yang sering dialami oleh pengguna Tokopedia, seperti keterlambatan respon dan ketidaksesuaian produk. Kemudian permasalahan ini menjadi fokus utama peneliti.

3. Menentukan Sampel

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan melalui rumus Lemeshow mengingat total populasi tidak diketahui secara pasti. Adapun perhitungan sampelnya adalah sebagai berikut (Rofiudin et al., 2022) :

$$n = \frac{z_1^2 - a/2P(1 - P)}{d^2}$$

n = Jumlah Sampel.

z = Tingkat Keyakinan dalam penentuan sampel (95% = 1.96).

p = Estimasi maksimum disarankan untuk populasi yang tidak diketahui sebesar 0,5. d = tingkat kesalahan 10% adalah 0,10.

Maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 - 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka hasil sampel yang didapatkan dari populasi minimal 96,04 = 96.

4. Penyusunan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrument pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur suatu fenomena atau kejadian yang menjadi fokus penelitian (Dewi & Sudaryanto, 2020). Kuesioner dibuat untuk membantu peneliti untuk mendukung proses penelitian. Dalam penyusunannya, berisi pertanyaan-pertanyaan yang terstruktur secara sistematis dan relevan dengan permasalahan yang diteliti. Kuesioner ini berisi beberapa variabel penting yang ingin dianalisis.

5. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner disebar secara daring melalui *platform* Discord. Media ini dipilih karena memungkinkan peneliti menjangkau responden dari berbagai daerah di Indonesia secara efisien.

6. Pengumpulan Dan Pengolahan Data

Data dari hasil penyebaran kuesioner dikumpulkan, lalu dikelompokkan sesuai dengan masing masing dimensi *SERVQUAL*. Selanjutnya, data diolah menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif.

7. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Analisis dalam pengujian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. SPSS merupakan perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah data statistic dan dikenal memiliki antarmuka yang cukup mudah digunakan. Program ini banyak dimanfaatkan dalam penelitian kuantitatif untuk menganalisis data secara sistematis dan akurat. Dalam pengujian validitas dan reliabilitas dengan menggunakan program SPSS (Janna & Herianto, 2021). Pengujian validitas bertujuan untuk menjamin bahwa setiap item dalam kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud dan mudah dipahami responden (Y. D. Saputra & Widyaningrum, 2022). Instrumen pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel, yang menunjukkan adanya korelasi signifikan antara item pertanyaan dengan skor total (Sanaky, 2021). Reliabilitas diuji untuk menilai sejauh mana kuesioner menghasilkan hasil yang konsisten pada tiap indikator dalam studi kuantitatif (Forester et al., 2024). Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran saat tes dilakukan berulang pada subjek dan kondisi yang sama. Suatu instrument dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Alfiatunnisa et al., 2022).

8. Rekapitulasi Kuesioner

Pada tahap ini, data dikumpulkan dari jawaban responden yang telah lolos uji validitas, kemudian direkap untuk dianalisis lebih lanjut pada tahap berikutnya.

9. Pengolahan Data *Servqual*

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi Tokopedia. Metode *SERVQUAL* membandingkan antara persepsi kinerja (*performance*) dan harapan (*expectation*) pengguna terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Selisih antara keduanya dikenal sebagai nilai GAP. Langkah-langkah yang diperlukan dalam melakukan perhitungan menggunakan metode *Service Quality* dapat diuraikan sebagai berikut:

Nilai *SERVQUAL* (Gap) diperoleh dari selisih antara rata-rata skor persepsi aktual dan harapan responden. Ekspektasi konsumen menggambarkan standar mutu layanan yang dianggap ideal dan layak dipenuhi oleh penyedia jasa. Model ini menggunakan skala likert dan perhitungannya mengacu pada rumus berikut (Y. Saputra & Rosihan, 2023) :

$$\text{Servqual} = \text{Skor P} - \text{Skor E}$$

Keterangan:

P = Persepsi pelanggan terhadap kinerja pelayanan yang diterima secara langsung. E = Ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang akan diterima.

Dalam model *SERVQUAL*, skor bernilai negatif (-) mengindikasikan bahwa kualitas layanan dipersepsikan kurang memuaskan oleh pelanggan. Sebaliknya, jika skor bernilai nol (0), maka layanan tersebut dianggap telah memenuhi harapan pelanggan. Sementara itu, skor *SERVQUAL* yang positif (+) mengindikasikan bahwa kualitas jasa melebihi harapan pelanggan merasa sangat puas.

10. Kesimpulan

Tahap akhir dilakukan dengan menyimpulkan hasil penelitian agar peneliti mengetahui pengguna Tokopedia merasa puas atau tidak puas setiap dimensi *SERVQUAL*.

B. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sarana yang digunakan untuk menghimpun, mengolah, menganalisis dan menyajikan data secara sistematis dan objektif dengan tujuan untuk memecahkan permasalahan serta menguji hipotesis yang diujikan (Saw, 2024).

Instrumen penelitian ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner kepada pengguna Tokopedia yang tergabung dalam *platform* Discord, dengan memberikan pertanyaan mereka terhadap kualitas layanan Tokopedia berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*. Data hasil di analisis secara deskriptif untuk mengevaluasi kejelasan dan konsistensi item pertanyaan. Skor yang diperoleh akan mengetahui tingkat kepuasan pengguna berdasarkan penilaian terhadap dimensi layanan yang diberikan oleh Tokopedia.

C. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan langsung dari responden melalui responden melalui kuesioner *online*. Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dan relevan dengan permasalahan yang diteliti. Sumber data primer ini berasal dari para informan yang disampaikan melalui kata-kata maupun tindakan yang memberikan informasi relevan bagi penelitian (Edrisy & Rozi, 2021).

Data dikumpulkan dengan cara mendistribusikan kuesioner secara *online* melalui *platform Google form* kepada pengguna Tokopedia yang tergabung dalam *platform* Discord. Kuesioner adalah instrument yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur atau memperoleh data mengenai suatu peristiwa atau fenomena tertentu (Dewi & Sudaryanto, 2020). *Google form* umumnya dimanfaatkan sebagai alat untuk membuat forum atau kuesioner serta mengumpulkan tanggapan secara daring dan *real-time*. Alat ini memungkinkan peneliti memperoleh jawaban langsung dari responden sesuai dengan tujuan survei yang dilakukan (Wardani Perangin Angin, 2021). Proses ini dilakukan secara sistematis untuk mengumpulkan data mengenai persepsi pengguna terhadap layanan Tokopedia.

1. Populasi Dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan seluruh objek dan subjek yang menjadi bagian dari penelitian, yang memiliki ciri dan karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan studi (Janna & Herianto, 2021). Populasi dalam penelitian ini mencakup individu yang merupakan aktif *platform* Tokopedia, populasi ini mencakup individu-individu yang menggunakan Tokopedia untuk kegiatan belanja *online*, baik secara rutin maupun sesekali, serta memiliki pengalaman dalam berinteraksi dengan layanan yang disediakan oleh Tokopedia. Karena pengguna Tokopedia ini sangat luas, penelitian ini memfokuskan populasi pada anggota Discord yang diketahui sebagai pengguna Tokopedia. Dengan demikian, populasi ini cukup relevan untuk menggambarkan persepsi pengguna Tokopedia terhadap kualitas layanan berdasarkan dimensi *SERVQUAL*.

Sampel merupakan representasi dari populasi yang memiliki karakteristik spesifik dan digunakan dalam

proses penelitian. Sampel penelitian dipilih untuk mewakili populasi secara keseluruhan dan berperan sebagai objek yang diteliti (Ghiffary, 2020).

2. Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan *Service Quality (SERVQUAL)* untuk menilai persepsi pengguna terhadap kualitas layanan Tokopedia. *Servqual (Service Quality)* adalah metode yang paling umum digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Penilaian kualitas layanan dalam metode ini didasarkan pada lima dimensi yang dikenal dengan *Q-RATER* (Wicaksono, 2025) yaitu:

- 1) **Tangibles (Bukti Fisik)** : Meliputi tampilan aplikasi, desain antarmuka, serta fitur visual lainnya.
- 2) **Reliability (Keandalan)** : Menyampaikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara tepat dan akurat. Misalnya, melalui kesesuaian antara produk yang diterima dengan yang ditawarkan
- 3) **Responsiveness (Ketanggapan)** : Memberikan layanan kepada pengguna seperti respon penjual dan *customer service*.
- 4) **Assurance (Jaminan)** : Kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan pengguna, seperti jaminan keaslian produk dan keamanan transaksi.
- 5) **Empathy (Kepedulian)** : Perhatian yang diberikan kepada pengguna secara individual, seperti layanan yang dipersonalisasi dan kemudahan dalam berkomunikasi.

Seluruh pertanyaan dalam kuesioner disusun dalam skala likert untuk memudahkan pengukuran persepsi responden. Hasil dari kuesioner akan di analisis secara kuantitatif untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan pengguna dalam masing masing dimensi, serta mengelompokkan apakah pengguna merasa puas atau tidak puas terhadap layanan Tokopedia.

D. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh data faktual secara sistematis dan terstruktur (A.Rozi, Evrina, Mulia Inda Purwati et al., 2020). Pendekatan ini dipilih untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena kepuasan pengguna Tokopedia secara teratur dan fakta berdasarkan data primer.

Metode kuantitatif merupakan jenis penelitian yang dilaksanakan berdasarkan kaidah ilmiah yang mencakup sifat empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Pendekatan ini juga dikenal sebagai metode discovery, karena memungkinkan ditemukannya temuan baru serta pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi melalui data numerik dan analisis statistik (Balaka, 2022).

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam katagori penelitian deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pengguna Tokopedia berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*. Penelitian ini tidak bertujuan untuk membandingkan atau menguji hipotesis, melainkan untuk mengidentifikasi persepsi pengguna kualitas layanan yang diberikan Tokopedia.

2. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif yang bertujuan menyajikan data secara objektif berdasarkan hasil temuan di lapangan (David, 2023). Teknik analisis data dilakukan beberapa tahapan. Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden dengan menggunakan metode pengukuran skala likert. Skala likert merupakan skala psikometrik yang sering digunakan dalam kuesioner, terutama dalam penelitian survei. Skala ini banyak digunakan karena relatif mudah diterapkan dan dipahami oleh responden (Sumartini et al., 2020).

Tabel II. 1 Kepuasan Pengguna

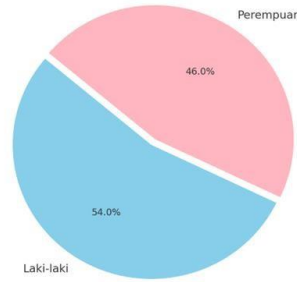
No	Pertanyaan	Kode	Skor Nilai
1	at Tidak Puas	STP	1
2	Tidak Puas	TP	2
3	Netral	N	3
4	Puas	P	4
5	Sangat Puas	SP	5

Sumber : Sumartini et al., 2020

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Data responden yang sudah mengisi kuesioner yaitu sejumlah 100 responden. Grafik dibawah ini menyajikan hasil analisis responden berdasarkan jenis kelamin:

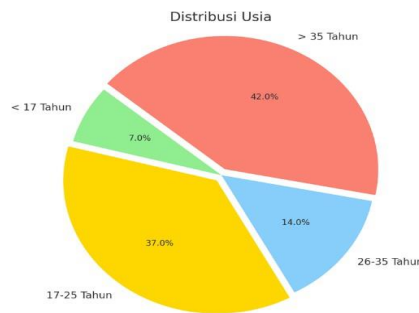


Sumber: Penelitian, 2025.

Gambar 1 Karakteristik Jenis Kelamin

Jumlah responden terdiri dari 54 orang laki-laki (54%) dan 46 orang perempuan (46%) dari total keseluruhan responden. Data ini menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih dominan dalam pengisian kuesioner dibandingkan responden perempuan.

Karakteristik responden berdasarkan kelompok usia diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori yaitu, dibawah 17 tahun, 17–25 tahun, 26–35 tahun, dan diatas 35 tahun. Hasil analisis dari pembagian usia tersebut disajikan dalam bentuk grafik dibawah ini.



Sumber: Penelitian, 2025.

Gambar 2 Karakteristik Usia

Hasil ini menunjukkan bahwa responden terbanyak berasal dari kelompok usia diatas 35 tahun, yaitu sebanyak 42 orang atau sekitar 42% dari total responden. Temuan ini mengindikasikan bahwa kelompok usia tersebut merupakan pengguna Tokopedia yang paling aktif dalam pengisian kuesioner dan penggunaan aplikasi.



Sumber: Penelitian, 2025.

Gambar 3 Frekuensi Belanja

Berdasarkan hasil survei terhadap 100 responden, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna Tokopedia memiliki kebiasaan belanja yang relatif jarang. Sebanyak 33% responden menyatakan hanya berbelanja sekitar satu kali dalam tiga bulan. Sementara itu, masing-masing 27% responden mengaku berbelanja satu kali setiap bulan (kadang-kadang) dan dua hingga tiga kali dalam sebulan (sering). Adapun responden yang berbelanja dengan frekuensi sangat tinggi, yaitu lebih dari empat kali per bulan, hanya berjumlah 1

2. Uji Validitas

Uji validitas kuesioner pada setiap variabel dilakukan untuk memastikan bahwa tiap butir pertanyaan dalam instrumen benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi empiris (r hitung) dari masing-masing item dengan nilai kritis (r tabel) berdasarkan distribusi korelasi *product moment pearson*, sesuai tingkat signifikansi dan jumlah responden yang digunakan. Nilai r hitung diperoleh melalui analisis korelasi antara skor masing-masing item dengan total skor variabelnya, yang dikenal sebagai nilai *corrected item- total correlation*. Analisis ini dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik SPSS untuk memastikan akurasi dan keandalan hasil. Suatu butir pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r hitung melebihi nilai r tabel, yang mengindikasikan bahwa butir tersebut memiliki hubungan signifikan dengan konstruk yang sedang diukur. Tabel berikut menyajikan hasil uji validitas dari seluruh item pada setiap variabel yang dianalisis.

Tabel III. 1 Uji Validitas

Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
<i>Tangibles</i>			
1	0,763	0,195	Valid
2	0,825	0,195	Valid
<i>Reliability</i>			
1	0,815	0,195	Valid
2	0,799	0,195	Valid
<i>Responsiveness</i>			
1	0,756	0,195	Valid
2	0,839	0,195	Valid
<i>Assurance</i>			
1	0,832	0,195	Valid
	0,834	0,195	Valid
<i>Empathy</i>			
1	0,826	0,195	Valid
2	0,842	0,195	Valid

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel ini valid karena pernyataan pada variabel memiliki nilai r (hitung) yang lebih besar dari r (tabel) sebesar 0,195

Uji reliabilitas kuesioner pada setiap variabel dilakukan dengan menguji reliabilitasnya. Berikut tabel dari uji reliabilitas pada semua variabel :

Tabel III. 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Tangibles</i>	0,940	Reliabel
	0,936	Reliabel
<i>Reability</i>	0,937	Reliabel
	0,938	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,94	Reliabel
	0,935	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,936	Reliabel
	0,936	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,936	Reliabel
	0,935	Reliabel

Pernyataan untuk semua variabel adalah reliabel karena nilai Cronbach's Alpha pada uji reliabilitas untuk

semua variabel lebih besar dari 0,7.

3. Pengolahan Data Servqual

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi Tokopedia. Metode *SERVQUAL* membandingkan antara persepsi kinerja (*performance*) dan harapan (*expectation*) pengguna terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Selisih antara keduanya dikenal sebagai nilai GAP. Semakin besar nilai GAP negatif yang dihasilkan, maka semakin rendah kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pengguna, yang berarti tingkat kepuasan pengguna cenderung menurun. Oleh karena itu, area dengan nilai GAP terbesar perlu diprioritaskan dalam upaya perbaikan kualitas pelayanan. Sebaliknya, apabila nilai GAP mendekati nol atau bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan telah memenuhi atau bahkan melebihi harapan pengguna, sehingga kualitas layanan dapat dikatakan baik dan memuaskan.

Dengan demikian, nilai GAP yang kecil atau positif mencerminkan bahwa kinerja pelayanan sesuai dengan harapan pengguna (puas), sementara nilai GAP yang besar dan negatif menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara kinerja dan harapan (tidak puas), yang menandakan perlunya perbaikan pada aspek pelayanan tersebut. Hasil perhitungan GAP berdasarkan metode *SERVQUAL* disajikan dalam bentuk visual pada gambar berikut, guna memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dimensi- dimensi layanan yang perlu dipertahankan atau ditingkatkan.

Tabel III. 3 Nilai Perhitungan Gap

DIMENSI	KINERJA		HARAPAN		GAP (KINERJA - HARAPAN)
	JUMLAH	RATA2	JUMLAH	RATA2	
<i>Tangibles</i>	850	8,5	832	8,32	0,18
<i>Reliability</i>	817	8,17	829	8,29	-0,12
<i>Responsiveness</i>	792	7,92	849	8,49	-0,57
<i>Assurance</i>	843	8,43	872	8,72	-0,29
<i>Empathy</i>	825	8,25	895	8,95	-0,7
RATA-RATA					-0,3

Dilihat pada tabel di atas perhitungan nilai GAP pada variabel *Tangibles* dengan nilai yaitu 0,18. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna sudah Puas pada variabel *Tangibles* (Bukti Fisik). Selanjutnya pada variabel *Reliability* (kehandalan) mendapatkan nilai GAP dengan nilai -0,12. Hal ini menunjukkan bahwa pada variabel ini pengguna merasa Tidak Puas. Pada variabel *Responsiveness* (Responsif) mendapatkan nilai GAP yaitu -0,57. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Tidak Puas pada variabel *Responsiveness* (Responsif). Selanjutnya pada variabel *Assurance* (Asuransi) mendapatkan nilai GAP dengan nilai -0,29. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Tidak Puas pada variabel *Assurance* (Asuransi). Pada variabel berikutnya juga yaitu variabel *Empathy* (Empati) mendapatkan nilai GAP dengan nilai -0,3. Hal ini menunjukkan bahwa pada variabel ini pengguna merasa Tidak Puas. Secara keseluruhan, dari kelima dimensi kualitas layanan yang dievaluasi, diperoleh nilai rata-rata GAP sebesar -0,3. Nilai GAP negatif ini menunjukkan bahwa secara umum tingkat kepuasan pengguna masih berada di bawah harapan atau pengguna merasa Tidak Puas terhadap kualitas layanan yang diberikan. Meskipun terdapat satu dimensi (*Tangibles*) yang menunjukkan tingkat kepuasan positif, namun empat dimensi lainnya (*Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*) masih memerlukan perbaikan untuk dapat memenuhi harapan pengguna.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai tingkat kepuasan pengguna aplikasi Tokopedia yang diukur menggunakan metode *SERVQUAL*, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut: dari karakteristik responden, pengguna aplikasi Tokopedia didominasi oleh laki- laki sebanyak 54% dan perempuan sebanyak 46%. Sebagian besar pengguna berasal dari kelompok usia diatas 35 tahun dengan persentase 42%, yang menunjukkan bahwa aplikasi Tokopedia banyak digunakan oleh kelompok usia dewasa. Sebagian besar pengguna (33%) memiliki frekuensi belanja yang relatif jarang yaitu satu kali dalam tiga bulan, berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pertanyaan dalam masing-masing dimensi *SERVQUAL* (*Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*,

Assurance, dan *Empathy*) dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,195). Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur konstruk yang dimaksud dengan baik. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi, ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* yang melebihi 0,7 (berkisar antara 0,935 hingga 0,94), yang menandakan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan untuk pengukuran, berdasarkan temuan penelitian yang melibatkan 100 responden pengguna aplikasi Tokopedia menggunakan metode *SERVQUAL*, dapat disimpulkan bahwa hasil analisis GAP yang menunjukkan nilai rata-rata -0,3, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pengguna merasa tidak puas terhadap kualitas layanan aplikasi Tokopedia. Data menunjukkan bahwa meskipun dimensi *Tangibles* berhasil mencapai tingkat kepuasan positif dengan nilai GAP 0,18, empat dimensi lainnya yaitu *Empathy* (-0,7), *Responsiveness* (-0,57), *Assurance* (-0,29), dan *Reliability* (-0,12) masih berada di bawah ekspektasi pengguna dan memerlukan perbaikan yang komprehensif. Dimensi *Empathy* yang memiliki GAP terbesar (-0,7) menjadi prioritas utama yang harus segera diperbaiki oleh Tokopedia. Perusahaan perlu meningkatkan kemampuan memahami dan berempati terhadap kebutuhan pengguna dengan memberikan pelatihan intensif kepada seluruh tim *customer service* agar dapat berkomunikasi lebih personal dan menunjukkan perhatian yang genuine terhadap setiap masalah yang dihadapi pengguna.

REFERENSI

- A.Rozi, Evrina, Mulia Inda Purwati, A., Untuk, K., Kinerja, M., Pada, K., Ii, A. P., & Jambi, J. M. (2020). *Financial Performance and Financial Statements*.
- Afianti, Y., Ayu Ramadhani, N., Risandyaa Rahmi, A., & Madiistriyanto, H. (2023). Pemasaran Digital Efektif Dalam Platform Tokopedia: Studi Kasus. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(7), 1324–1328. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i7.455>
- Alfiatunnisa, E., Zulfah Khairunnisa, H., Hayati, S., & Listya Maulida, V. (2022). Uji Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Kemandirian Siswa Sekolah Dasar Kelas 1. *JURNAL HURRIAH: Jurnal Evaluasi Pendidikan Dan Penelitian*, 3(2), 29–36. <https://doi.org/10.56806/jh.v3i2.81>
- Alvian, A. G., & Moh, A. R. (2023). Indonesian Journal of Computer Science. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(2), 284–301. <http://ijcs.stmikindonesia.ac.id/ijcs/index.php/ijcs/article/view/3135>
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif* (Vol. 1). <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/464453-metodologi-penelitian-kuantitatif-10d6b58a.pdf>
- Darno, D., & Sri Yanthy Yosepha. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Tokopedia Di Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 39–50. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/108>
- David. (2023). Analisis Pengaruh Ui/Ux Aplikasi Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi*, 11(1). <https://doi.org/10.24912/jiksi.v11i1.24088>
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. *Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP) 2020*, 73–79.
- Edrissy, I. F., & Rozi, F. (2021). PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PELAKU PENGANCAMAN PORNOGRAFI (Study Kasus Polres Lampung Utara). *Jurnal Hukum Legalita*, 3(2), 98–109. <https://doi.org/10.47637/legalita.v3i2.434>
- Forester, B. J., Idris, A., Khater, A., Afgani, M. W., Isnaini, M., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2024). *Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas Quantitative Research : Data Reliability Test*. 4(3), 1812–1820.
- Ghiffary, M. (2020). Survei Ketersediaan Sarana dan Prasarana Penunjang Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan (PJOK) Tingkat SMP di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Ilmu Keolahragaan Undiksha*, 8(1), 34–41. <https://doi.org/10.23887/jiku.v8i1.29638>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Lantana, D. A., Ningsih, S., Waluyo, T., Budiman, T., Putra, A., Rahayu, S. D., & Ardianto, B. D. (2023). *Pelatihan Membuat E-Commerce Menggunakan*. 06(05), 491–499.
- Priatna, A., Yusuf, A. M., & Apriliani, C. (2022). Analisis Kualitas Layanan Tokopedia Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality Di Karawang. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 382–392. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i2.856>
- Priyono, T. (n.d.). *Analisis Kepuasan Pengguna E-Commerce Aplikasi Shopee Dengan Metode Servqual Dan Customer Satisfaction Index (CSI)*.
- Putri Ayu Wijyanthi, N. P., & Widya Goca, I. G. P. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Repurchase Intention Di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 102–117. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v8i1.844
- Rika Widianita, D. (2023). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI

- ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA MARKETPLACE TOKOPEDIA Ayu. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(2), 2022.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Saputra, Y. D., & Widyaningrum, D. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Index Potential Gain Customer Value (Studi Kasus: Outlet Yossmi Dimsum). *Serambi Engineering*, VII(2), 3144–3153.
- Saputra, Y., & Rosihan, R. I. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode SERVQUAL dan IPA: Studi Kasus Di Bengkel CV Nusantara Motor. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, 21(2), 103–112. <https://doi.org/10.52330/jtm.v21i2.113>
- Sari, P., & Puspasari, R. (2023). Penerapan Metode Service Quality (Seqvqual) sebagai Dasar Peningkatan Kualitas Pelayanan SMK Brigjend Katamso II Medan. *Jurnal Rekayasa Sistem*, 1(3), 972–985.
- Saw, D. M. (2024). *Sistem penunjang keputusan untuk pemilihan siswa berprestasi di sdn pulogadung 01 pg dengan metode saw*.
- Sembiring, V. A., Puspitasari, N. B., & Mt, S. T. (2023). Evaluasi Layanan Gojek Milik Pt. Goto Gojek Tokopedia Tbk. Dengan Metode Service Quality (Servqual). *Industrial Engineering Online Journal*, 12(3), 1–12.
- Sumartini, S., Harahap, K. S., & Sthevany, S. (2020). Kajian Pengendalian Mutu Produk Tuna Loin Precooked Frozen Menggunakan Metode Skala Likert Di Perusahaan Pembekuan Tuna. *Aurelia Journal*, 2(1), 29. <https://doi.org/10.15578/aj.v2i1.9392>
- Wardani Perangin Angin. (2021). Keefektifan Penggunaan Google Form Untuk Mengumpulkan Tugas Siswa Pada Masa Pandemi Covid-19. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL: "Inovasi Manajemen Pendidikan Dalam Tatanan Kenormalan Baru."*
- Wicaksono, U. B. (2025). *BEBAN KERJA REPARASI APPAREL SEPATU MENGGUNAKAN METODE SERVAQUAL (SERVICE QUALITY) DAN WLA (WORK LOAD ANALYSIS) (Studi Kasus Pada UMKM Max Cleaning)*. 2(1), 311–318.