



Evaluasi Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja Online Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode Importance Performance Analysis

Ayu Anisa, Mochamad Ari Saptari, Sayed Fachrurrazi

Fakultas Teknik, Sistem Informasi, Universitas Malikussaleh, Aceh Utara, Indonesia

Email: ^{1,*}ayu.210180143@mhs.unimal.ac.id, ²moch.ari@unimal.ac.id, ³sayed.fachrurrazi@unimal.ac.id

Email Penulis Korespondensi: ayu.210180143@mhs.unimal.ac.id

Abstrak—Shopee merupakan salah satu platform *e-commerce* yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia, khususnya mahasiswa. Di Universitas Malikussaleh, aplikasi ini menjadi pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan akademik maupun pribadi. Namun, meskipun penggunaannya tinggi, masih terdapat keluhan mengenai kualitas layanan yang belum sesuai harapan pengguna, seperti keterlambatan pengiriman, kesulitan dalam pengembalian barang, dan respons layanan pelanggan yang lambat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Shopee dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), guna mengetahui kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja layanan. Penelitian ini mengukur empat dimensi utama yaitu *Web Design*, *Fulfillment*, *Customer Service*, dan *Security/Privacy*. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata-rata tingkat kesesuaian (TKi) dari 17 atribut layanan adalah sebesar 94,59%. Nilai TKi yang berada di bawah 100% mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan. Lebih lanjut, berdasarkan analisis kuadran IPA, ditemukan beberapa atribut berada pada Kuadran A, seperti ketepatan waktu pengiriman, kecepatan layanan pengaduan, dan kejelasan informasi produk. Atribut dalam Kuadran A merupakan aspek-aspek penting dengan kinerja rendah yang menjadi prioritas utama untuk segera ditingkatkan demi meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan; Belanja Online; Shopee; Importance Performance Analysis; E-Commerce

Abstract—Shopee is one of the most popular *e-commerce* platforms in Indonesia, especially among university students. At Malikussaleh University, it has become the preferred application for meeting both academic and personal needs. However, despite its high usage, there are still complaints regarding unsatisfactory service quality, such as delayed deliveries, difficulty in processing returns, and slow customer support responses. This study aims to analyze customer satisfaction with Shopee services using the *Importance Performance Analysis* (IPA) method to assess the alignment between service importance and performance. The study evaluates four key dimensions: *Web Design*, *Fulfillment*, *Customer Service*, and *Security/Privacy*. The results show that the average conformity level (TKI) across 17 service attributes is 94.59%. A TKI value below 100% suggests that the provided services have not fully met customer expectations. Moreover, the IPA quadrant analysis reveals that several attributes—such as delivery punctuality, responsiveness to complaints, and clarity of product information—fall into Quadrant A. Attributes in this quadrant are critical and underperforming, indicating top priorities for immediate improvement to enhance overall service quality.

Keywords: Customer Satisfaction; Online Shopping; Shopee; Importance Performance Analysis; E-Commerce

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pergeseran perilaku konsumen menuju *e-commerce* karena kemudahan akses, beragamnya pilihan produk, serta metode pembayaran yang praktis dan terus berkembang. Shopee, salah satu platform *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara, didirikan pada 2015 di Singapura sebagai platform C2C dan kini berevolusi menjadi model hibrid C2C dan B2C di bawah SEA Group (sebelumnya Garena) [1]. Pada kuartal kedua 2024, Sea Limited melaporkan GMV sebesar US\$23,3 miliar, naik 29,1% dari tahun sebelumnya, dengan sektor *e-commerce* menyumbang dua pertiga dari total pendapatan. Meskipun mengalami pertumbuhan pesat, kepuasan pelanggan tetap menjadi aspek krusial, khususnya dalam konteks fitur ShopeePayLater dan pembatalan pesanan flash sale yang sering dikeluhkan pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Shopee menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dengan fokus pada empat dimensi utama: *Website Design*, *Fulfillment*, *Customer Service*, dan *Security Privacy*.

Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua aspek yang saling berkaitan dalam ekosistem *e-commerce* [2],[3]. Pada konteks Shopee, tantangan utama terletak pada menjaga kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang mencakup desain situs, keandalan sistem, pelayanan pelanggan, serta keamanan dan privasi data pengguna [4],[5]. Kepuasan pelanggan diukur dari kesesuaian antara harapan dan persepsi terhadap kinerja layanan [6],[7]. Apabila layanan yang diberikan memenuhi atau melampaui ekspektasi, maka pelanggan akan merasa puas, sedangkan ketidaksesuaian akan menimbulkan keluhan atau ketidakpuasan.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap layanan *e-commerce*, digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang membandingkan tingkat kepentingan dan kinerja layanan melalui diagram kartesius yang terbagi dalam empat kuadran: prioritas utama, pertahankan prestasi, prioritas rendah, dan berlebihan [8],[9]. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perbandingan antara harapan pelanggan dengan persepsi terhadap kinerja layanan atau produk yang diterima, di mana kepuasan tercapai apabila kinerja memenuhi atau melampaui ekspektasi [10],[11]. Kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) sendiri mencerminkan sejauh mana layanan daring mampu memenuhi kebutuhan pelanggan, yang mencakup aspek desain situs, keandalan sistem, pelayanan pelanggan, serta keamanan dan privasi informasi [12],[13]. Tingkat kesesuaian dalam analisis IPA dinilai melalui rasio antara nilai harapan dan persepsi untuk mengetahui sejauh mana layanan Shopee telah memenuhi ekspektasi pelanggannya [14],[15]. Shopee dipilih



sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu platform e-commerce populer dengan sistem transaksi yang terstruktur, mudah diakses oleh berbagai kalangan, dan banyak digunakan oleh generasi muda digital seperti mahasiswa [16].

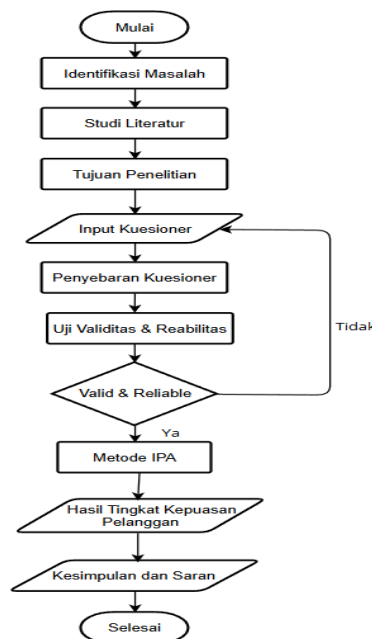
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer dari kuesioner dan data sekunder dari literatur terdahulu [17],[18]. Populasi didefinisikan sebagai kelompok objek dengan karakteristik tertentu dan teknik penentuan sampel dilakukan menggunakan pendekatan statistik. Pengolahan data dilakukan menggunakan software SPSS yang mendukung uji validitas, reliabilitas, dan analisis IPA. Masing- masing item dicari korelasinya terhadap skor total dengan teknik korelasi “product moment” [19],[20].

Penelitian-penelitian sebelumnya telah banyak membahas kepuasan pelanggan menggunakan pendekatan Importance Performance Analysis (IPA) maupun metode lain, namun masing-masing memiliki fokus dan objek kajian yang berbeda dari penelitian ini. Ervina Ramadhani dan Novi Marlana (2021) menggunakan IPA bersama Gap Service dan IKP untuk mengevaluasi kualitas layanan secara umum, sementara Achmad Odyk Akbar Nagara dan Andrean Emaputra (2020) menerapkannya pada layanan barbershop, menitikberatkan pada fasilitas fisik seperti parkir dan variasi layanan. Selanjutnya, Arif Budi Sulisty et al. (2024) mengkaji kepuasan pelanggan retail Indomaret, yang juga berfokus pada ketidaksesuaian harga dan antrean kasir, bukan platform digital. Penelitian oleh Oktaviano Wardana dan Iriani (2024) meneliti aplikasi dompet digital DANA, tetapi lebih menyoroti fungsionalitas dan promosi, tanpa menggunakan dimensi e-service quality yang lengkap. Terakhir, penelitian oleh Mira Tania et al. (2024) menilai *user interface* Shopee dengan metode EUCS, bukan IPA, dan hanya menekankan aspek tampilan visual tanpa menyentuh aspek layanan menyeluruh. Berbeda dari studi-studi tersebut, penelitian ini memadukan analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap Shopee menggunakan metode IPA dengan empat dimensi e-service quality yang komprehensif, yaitu *Website Design*, *Fulfillment*, *Customer Service*, dan *Security/Privacy*, serta difokuskan pada pengalaman pengguna dari kalangan mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini mengisi celah yang belum dijelaskan sebelumnya, yaitu bagaimana kualitas layanan digital Shopee memengaruhi kepuasan pelanggan berdasarkan kerangka IPA yang menyeluruh.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara sistematis agar hasil yang diperoleh akurat dan sesuai tujuan. Untuk memberikan gambaran menyeluruh, alur proses penelitian dijelaskan melalui Gambar 1, yang menggambarkan tahapan dari awal hingga akhir. Setiap tahapan dirancang agar saling terintegrasi untuk mencapai validitas hasil.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Penjelasan Gambar 1 berikut ini menunjukkan urutan proses penelitian dari awal hingga penyusunan saran:

- a. **Mulai**
Tahap pertama dalam proses penelitian ini adalah memulai perencanaan dan penyusunan kerangka penelitian secara menyeluruh agar kegiatan berjalan sistematis.
- b. **Identifikasi Masalah**
Langkah ini menyoroti permasalahan pengguna aplikasi Shopee, seperti pembatalan pesanan flash sale, kendala pembayaran, atau penggunaan fitur ShopeePayLater.



- c. Studi Literatur
Pengumpulan teori dari buku, jurnal, artikel ilmiah, dan skripsi terdahulu yang relevan dengan topik untuk memperkuat landasan teoritis penelitian.
- d. Tujuan Penelitian
Menentukan secara rinci apa yang ingin dicapai, yaitu menganalisis kepuasan pelanggan terhadap layanan Shopee berdasarkan dimensi *e-service quality*.
- e. Input Kuesioner
Penyusunan kuesioner dalam platform Google Form berdasarkan empat dimensi: *website design*, *fulfillment*, *customer service*, dan *security/privacy*.
- f. Penyebaran Kuesioner
Kuesioner disebar secara daring kepada 150 mahasiswa aktif Universitas Malikussaleh yang telah melakukan transaksi menggunakan aplikasi Shopee.
- g. Uji Validitas dan Reliabilitas
Menggunakan teknik statistik untuk mengukur keakuratan dan konsistensi instrumen penelitian. Item yang tidak valid akan dieliminasi.
- h. Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*)
Data dari responden diolah menggunakan metode IPA dan digambarkan dalam diagram kartesius untuk mengetahui atribut layanan yang harus ditingkatkan.
- i. Hasil Tingkat Kepuasan
Menampilkan kesesuaian antara harapan dan kenyataan layanan Shopee dari persepsi responden untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan.
- j. Kesimpulan dan Saran
Menandakan bahwa seluruh tahapan telah dilalui dan penelitian telah selesai dilaksanakan secara menyeluruh dan sistematis.

2.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, di mana data yang diperoleh melalui kuesioner dianalisis secara sistematis. Metode ini bertujuan untuk meneliti suatu fenomena dengan mengumpulkan dan mengolah data yang dapat diukur menggunakan pendekatan statistik, matematika, dan komputasi.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Studi Kepustakaan
Melakukan analisis terhadap buku, jurnal, dan sumber informasi lain yang relevan dari perpustakaan, internet, dan media pendukung.
- b. Kuesioner
Pengumpulan data melalui Google Form yang disebar kepada 150 mahasiswa Universitas Malikussaleh angkatan 2021–2024. Kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin untuk mengukur persepsi responden.
Sebelum proses analisis, digunakan instrumen penilaian berupa Skala Likert sebagaimana dijelaskan pada Tabel 1 di bawah ini. Tabel ini menggambarkan rentang nilai dan interpretasi yang digunakan untuk mengevaluasi data dari responden.

Tabel 1. Skala Likert

Skor	Tingkat Kepentingan (Harapan)	Tingkat Kepuasan (Kenyataan)	Skor
	Jawaban	Jawaban	
1	Sangat Penting (SP)	Sangat Puas (SP)	5
2	Penting (P)	Puas (P)	4
3	Cukup Penting (P)	Cukup Puas (P)	3
4	Tidak Penting (TP)	Tidak Puas (TP)	2
5	Sangat Tidak Penting (STP)	Sangat Tidak Puas (STP)	1

Pada Tabel 1 menjelaskan bahwa masing-masing pernyataan dalam kuesioner dinilai berdasarkan dua aspek, yaitu tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Nilai 1 hingga 5 mencerminkan persepsi responden terhadap seberapa penting dan seberapa puas mereka terhadap fitur dan layanan yang disediakan oleh Shopee. Penilaian ini menjadi dasar dalam analisis menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) pada tahap selanjutnya.

2.4 Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Malikussaleh angkatan 2021–2024 yang pernah melakukan transaksi di aplikasi Shopee. Karena jumlah pasti populasinya tidak diketahui, maka digunakan teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih berdasarkan kriteria bahwa responden merupakan mahasiswa yang telah melakukan minimal tiga kali transaksi di Shopee dalam enam bulan terakhir. Kriteria ini dianggap relevan untuk memastikan bahwa responden



benar-benar memiliki pengalaman yang cukup untuk mengevaluasi kualitas layanan Shopee secara objektif. Jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Lemeshow.

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2} \quad (1)$$

Keterangan dari rumus perhitungan sampel menggunakan rumus Lemeshow adalah sebagai berikut: n merupakan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian; z adalah skor z pada tingkat kepercayaan 95%, yaitu sebesar 1,96; P adalah estimasi proporsi populasi yang diasumsikan maksimal sebesar 0,5; dan d adalah margin of error atau batas kesalahan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 10% atau 0,1.

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

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01^2} \quad n = 96,04$$

Jumlah responden dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 150 orang untuk mengantisipasi data tidak valid dari perhitungan sampel awal sebanyak 100 orang.

2.5 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen dapat secara tepat mengukur variabel yang diteliti [17]. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment*, di mana suatu item instrumen dinyatakan valid apabila nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel*. Berikut rumus uji validitas:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad (2)$$

Keterangan simbol pada rumus di atas adalah r_{xy} merupakan koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y; $\sum xy$ adalah jumlah hasil perkalian antara nilai variabel X dan Y; $\sum x^2$ merupakan jumlah dari kuadrat masing-masing nilai X, sedangkan $\sum y^2$ adalah jumlah dari kuadrat masing-masing nilai Y. Selanjutnya, $(\sum x)^2$ berarti jumlah nilai X yang kemudian dikuadratkan, begitu juga dengan $(\sum y)^2$ yang merupakan jumlah nilai Y yang dikuadratkan. Terakhir, n menunjukkan jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian.

2.6 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengukur konsistensi alat ukur seperti angket atau kuesioner agar tetap dapat diandalkan meskipun digunakan berulang kali dalam penelitian [18]. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Alpha Cronbach* dengan ambang nilai $\alpha > 0,60$ untuk menunjukkan keandalan instrument. Berikut rumus uji Reabilitas:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right) \quad (3)$$

Keterangan dalam rumus reliabilitas, r_{11} merupakan koefisien reliabilitas instrumen yang menunjukkan sejauh mana alat ukur menghasilkan hasil yang konsisten. n menyatakan jumlah butir pertanyaan atau item dalam kuesioner. $\sum \sigma b^2$ adalah jumlah varians dari setiap butir pertanyaan, sedangkan σ^2 menunjukkan total varians skor keseluruhan responden terhadap semua item. Penjabaran ini digunakan untuk menghitung tingkat konsistensi internal dari instrumen yang digunakan dalam penelitian.

2.7 Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) adalah metode untuk mengevaluasi kesesuaian layanan dengan harapan pelanggan melalui perbandingan kepentingan dan kinerja [8], [9]. Tingkat kesesuaian dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TK_i = \frac{x_i}{y_i} \times 100\% \quad (4)$$

Keterangan simbol pada rumus di atas adalah Tingkat Kesesuaian responden, yang menunjukkan sejauh mana layanan memenuhi harapan pengguna. Simbol X_i menunjukkan skor tingkat kinerja (persepsi), yaitu penilaian responden terhadap kinerja aktual layanan Shopee. Sedangkan Y_i menunjukkan skor tingkat kepentingan (harapan), yaitu seberapa penting suatu aspek layanan menurut responden. Nilai TK_i diperoleh dari perbandingan antara X_i dan Y_i , yang selanjutnya dikalikan dengan 100 untuk mendapatkan persentase kesesuaian.

Di mana nilai $>100\%$ menunjukkan layanan sangat memuaskan, 100% berarti memuaskan, dan $<100\%$ berarti belum memuaskan [10]. Nilai rata-rata kinerja dan kepentingan ditentukan menggunakan rumus berikut:

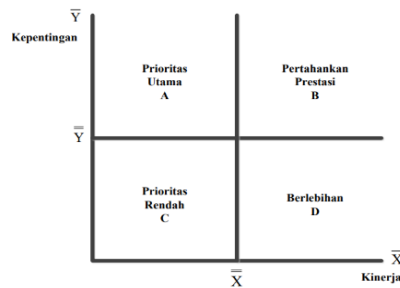
$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} \quad (5)$$

dan

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n} \quad (6)$$

Dalam rumus perhitungan tingkat kesesuaian, simbol $\bar{x}$ merepresentasikan skor rata-rata tingkat kepuasan pelanggan, $\bar{y}$ menunjukkan skor rata-rata tingkat kepentingan pelanggan, dan n adalah jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian. Ketiga simbol ini digunakan untuk membandingkan persepsi dan harapan pelanggan terhadap layanan, sehingga dapat diketahui tingkat kesesuaian pelayanan yang diterima dengan ekspektasi mereka.

Untuk memetakan atribut dalam diagram kartesius, digunakan dua sumbu utama, yaitu sumbu horizontal (X) yang merepresentasikan tingkat kinerja (performance) dan sumbu vertikal (Y) yang merepresentasikan tingkat kepentingan (importance) [11]. Pembagian keempat kuadran ditentukan berdasarkan rata-rata nilai persepsi responden terhadap kinerja dan harapan terhadap kepentingan masing-masing atribut. Gambar 2 menyajikan representasi visual pemetaan atribut layanan ke dalam empat kuadran tersebut.



Gambar 2. Diagram Kartesius

Diagram pada Gambar 2 diklasifikasikan ke dalam empat kuadran, yaitu:

- Kuadran I (Prioritas Utama): Atribut yang dianggap sangat penting tetapi memiliki kinerja rendah, sehingga perlu segera ditingkatkan.
- Kuadran II (Pertahankan Prestasi): Atribut dengan kepentingan tinggi dan kinerja tinggi, yang harus dipertahankan karena telah sesuai dengan harapan pengguna.
- Kuadran III (Prioritas Rendah): Atribut yang dinilai kurang penting dan memiliki kinerja rendah, sehingga tidak menjadi prioritas utama dalam perbaikan.
- Kuadran IV (Berlebihan): Atribut dengan kinerja tinggi namun tingkat kepentingannya rendah, yang dapat diefisienkan untuk menghemat sumber daya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

3.1.1 Karakteristik Responden

Untuk memberikan gambaran mengenai profil responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, Tabel 2 berikut menyajikan data karakteristik responden dalam penelitian ini mencakup jenis kelamin, usia, tahun angkatan, dan jumlah transaksi yang dilakukan melalui aplikasi Shopee. Seluruh responden berjumlah 150 orang yang merupakan mahasiswa Universitas Malikussaleh.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	32	78,7%
Perempuan	118	21,3%
Total	150	100%
Usia	Jumlah	Persentase
18-20	44	29,5%
21-25	106	70,8%
Total	150	100%
Tahun Angkatan	Jumlah	Persentase
2021	94	62,7%
2022	13	8,7%
2023	16	10,7%
2024	27	18%
Total	150	100%
Jumlah Transaksi Melalui shopee	Jumlah	Persentase
1-3	95	63,3%
4-6	33	22%



Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
7-9	6	4%
>10	16	10,7%
Total	150	100%

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada Tabel 2, Dominasi responden perempuan (78,7%) dan angkatan 2021 (62,7%) dalam penelitian ini memang berpotensi menimbulkan bias, khususnya dalam generalisasi hasil terhadap seluruh populasi mahasiswa Universitas Malikussaleh. Untuk mengurangi dampak bias tersebut, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu, yaitu hanya melibatkan mahasiswa aktif angkatan 2021–2024 yang telah melakukan minimal tiga kali transaksi melalui aplikasi Shopee dalam enam bulan terakhir. Kriteria ini dipilih untuk memastikan bahwa responden benar-benar memiliki pengalaman yang relevan dan aktual terkait dengan aktivitas belanja online. Dengan demikian, meskipun terdapat ketimpangan jumlah berdasarkan gender dan angkatan, data yang diperoleh tetap representatif terhadap perilaku pengguna aktif Shopee di kalangan mahasiswa.

3.2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner

Penelitian ini melibatkan dua jenis analisis utama, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut penjelasan masing-masing analisis tersebut.

3.2.1 Uji Validitas

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, terlebih dahulu dilakukan uji validitas terhadap item-item pertanyaan pada masing-masing variabel, yaitu *importance* dan *performance*. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap butir pernyataan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil uji validitas ditampilkan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Performance dan Importance

No.	Atribut	r_{hitung}		r_{tabel}	Hasil
		Importance	Performance		
1	WD1	0,694	0,761	0,1603	Valid
2	WD2	0,736	0,799	0,1603	Valid
3	WD3	0,735	0,733	0,1603	Valid
4	WD4	0,806	0,746	0,1603	Valid
5	WD5	0,792	0,731	0,1603	Valid
6	FF6	0,8	0,755	0,1603	Valid
7	FF7	0,803	0,746	0,1603	Valid
8	FF8	0,798	0,803	0,1603	Valid
9	FF8	0,753	0,726	0,1603	Valid
10	FF9	0,822	0,776	0,1603	Valid
11	CS10	0,797	0,793	0,1603	Valid
12	CS11	0,832	0,747	0,1603	Valid
13	CS12	0,726	0,643	0,1603	Valid
14	CS13	0,779	0,731	0,1603	Valid
15	S/P14	0,761	0,733	0,1603	Valid
16	S/P15	0,841	0,734	0,1603	Valid
17	S/P16	0,818	0,81	0,1603	Valid

Pada Tabel 3, Uji validitas instrumen dilakukan pada 150 responden menggunakan SPSS dengan membandingkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) terhadap r_{tabel} sebesar 0,1603. Hasil uji pada aspek *importance* dan *performance* menunjukkan bahwa seluruh item memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

3.2.2 Uji Reabilitas

Untuk menguji konsistensi dan keandalan butir pernyataan dalam kuesioner, dilakukan uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Nilai reliabilitas yang baik secara umum adalah $\geq 0,60$. Hasil pengujian terhadap seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4 Uji Reliabilitas Instrumen.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel Penelitian	Nilai Cronbach's Alpha	Hasil
1.	Kepentingan	0,960	Sangat Reliabel
2.	Kepuasan	0,951	Sangat Reliabel

Berdasarkan Tabel 4 uji reliabilitas, nilai *Cronbach's Alpha* untuk aspek kepuasan sebesar 0,960 dan kepentingan sebesar 0,951, yang termasuk dalam kategori sangat reliabel, menunjukkan konsistensi tinggi instrumen dalam mengukur kedua aspek tersebut.



3.3 Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) dilakukan dengan menghitung rata-rata skor kepuasan (X) dan kepentingan (Y) pengguna Shopee, lalu memetakannya ke dalam diagram Kartesius empat kuadran menggunakan SPSS.

3.3.1 Mencari Nilai Tingkat Kesesuaian (TKi)

- a. Menghitung skor kepuasan dan kepentingan

Contoh perhitungan skor kinerja dan harapan diambil dari atribut tampilan aplikasi Shopee menarik dan nyaman dilihat..

$$\begin{aligned}\text{Kepuasan atau kenyataan (X) rumus pada persamaan ke-5} &= (1 \times 3) + (2 \times 3) + (3 \times 32) + (4 \times 69) + (5 \times 43) \\ &= 3 + 6 + 96 + 276 + 215 \\ &= 596\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Kepentingan atau harapan (Y) rumus pada persamaan ke-6} &= (1 \times 3) + (2 \times 5) + (3 \times 37) + (4 \times 64) + (5 \times 41) \\ &= 3 + 10 + 111 + 256 + 205 \\ &= 585\end{aligned}$$

- b. Menghitung tingkat kesesuaian rumus pada persamaan ke-4

$$\begin{aligned}TK_i &= \frac{585}{596} \times 100\% \\ &= 101,88\%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Rata-rata kesesuaian (\%)} &= (101,88\%) + 97,36\% + \dots + 94,09\% : 17 \\ &= 94,59\%\end{aligned}$$

Tabel 5. Hasil Tingkat Kesesuaian

No.	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
1.	Tampilan aplikasi Shopee menarik dan nyaman dilihat.	596	585	101,88%
2.	Menu dan fitur di Shopee mudah dipahami oleh pengguna baru.	591	607	97,36%
3.	Fitur pencarian produk di Shopee membantu saya menemukan produk dengan cepat.	613	616	99,51%
4.	Informasi produk (nama, harga, deskripsi, ulasan) ditampilkan dengan jelas dan lengkap.	600	626	95,84%
5.	Proses checkout ditampilkan dengan jelas.	613	637	96,23%
6.	Produk yang saya terima dari Shopee sesuai dengan deskripsi yang ada di aplikasi.	559	603	92,70%
7.	Shopee mengirimkan pesanan saya tepat waktu sesuai estimasi yang diberikan.	580	616	94,15%
8.	Pengemasan produk dari Shopee selalu aman dan rapi saat saya menerima pesanan.	574	624	91,98%
9.	Informasi status pengiriman pesanan selalu diperbarui secara real-time oleh Shopee.	582	619	94,02%
10.	Saya jarang mengalami pesanan yang rusak atau bermasalah saat menggunakan Shopee.	576	620	92,90%
11.	Saya merasa <i>Costumer Service</i> Shopee merespons keluhan saya dengan cepat.	553	609	90,80%
12.	<i>Costumer Service</i> Shopee memberikan solusi yang memuaskan terhadap masalah saya.	560	606	92,40%
13.	Saya merasa mudah menghubungi <i>Costumer Service</i> Shopee ketika mengalami masalah.	560	611	91,65%
14.	Informasi yang diberikan <i>Costumer Services</i> shopee jelas dan mudah dipahami.	556	609	91,29%
15.	Saya merasa data pribadi saya terlindungi saat berbelanja di aplikasi Shopee.	590	620	95,16%
16.	Saya dapat dengan mudah mengubah kata sandi atau mengelola keamanan akun.	598	622	96,14%
17.	Saya merasa nyaman menyimpan informasi akun dan alamat di Shopee.	574	610	94,09%
Total		9875	1440	
Rata-rata (TKi)				94,59%

Berdasarkan Tabel 5, rata-rata tingkat kesesuaian (TKi) dari 17 atribut sebesar 94,59%, yang mengindikasikan bahwa secara umum layanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan karena nilai TKi < 100%. Meskipun nilai

tersebut menunjukkan performa yang relatif baik, namun belum ideal. Menurut penelitian sebelumnya oleh [Nama Peneliti/Referensi] atau standar layanan dalam e-commerce, tingkat kepuasan ideal biasanya berada di atas 95% atau mendekati 100% untuk dikategorikan sebagai layanan yang sangat memuaskan. Dengan demikian, nilai 94,59% menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk perbaikan pada beberapa aspek layanan.

3.3.2 Diagram Kartesius

Sebelum memetakan ke diagram kartesius, terlebih dahulu dihitung rata-rata setiap atribut dari nilai kepentingan dan kepuasan konsumen. Contoh perhitungan ditunjukkan pada atribut 1.

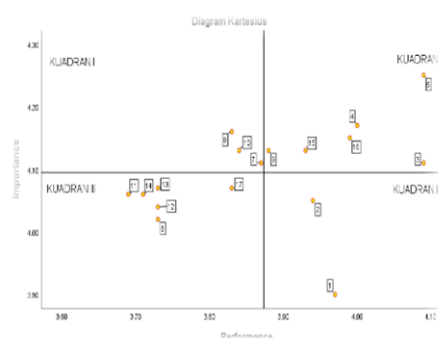
$$\begin{aligned}\text{Rata-rata kepuasan : } \bar{X} &= \frac{4+3+4+4+5+\dots+3}{150} \\ &= \frac{596}{150} = 3,97\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Rata-rata kepentingan : } \bar{Y} &= \frac{4+4+4+4+5+\dots+5}{150} \\ &= \frac{585}{150} = 3,90\end{aligned}$$

Tabel 6. Nilai rata-rata perhitungan *Performance* dan *Importance*

Kode Atribut	Atribut	Performa (X)	Importance (Y)
WD1	Tampilan aplikasi Shopee menarik dan nyaman dilihat.	3,97	3,90
WD2	Menu dan fitur di Shopee mudah dipahami oleh pengguna baru.	3,94	4,05
WD3	Fitur pencarian produk di Shopee membantu saya menemukan produk dengan cepat.	3,09	4,11
WD4	Informasi produk (nama, harga, deskripsi, ulasan) ditampilkan dengan jelas dan lengkap.	4,00	4,17
WD5	Proses checkout ditampilkan dengan jelas.	4,09	4,25
FF6	Produk yang saya terima dari Shopee sesuai dengan deskripsi yang ada di aplikasi.	3,73	4,02
FF7	Shopee mengirimkan pesanan saya tepat waktu sesuai estimasi yang diberikan.	3,87	4,11
FF8	Pengemasan produk dari Shopee selalu aman dan rapi saat saya menerima pesanan.	3,83	4,16
FF9	Informasi status pengiriman pesanan selalu diperbarui secara real-time oleh Shopee.	3,88	4,13
FF10	Saya jarang mengalami pesanan yang rusak atau bermasalah saat menggunakan Shopee.	3,84	4,13
CS11	Saya merasa <i>Costumer Service</i> Shopee merespons keluhan saya dengan cepat.	3,69	4,06
CS12	<i>Costumer Service</i> Shopee memberikan solusi yang memuaskan terhadap masalah saya.	3,73	4,04
CS13	Saya merasa mudah menghubungi <i>Costumer Service</i> Shopee ketika mengalami masalah.	3,73	4,07
CS14	Informasi yang diberikan <i>Costumer Services</i> shopee jelas dan mudah dipahami.	3,71	4,06
S/P15	Saya merasa data pribadi saya terlindungi saat berbelanja di aplikasi Shopee.	3,93	4,13
S/P16	Saya dapat dengan mudah mengubah kata sandi atau mengelola keamanan akun.	3,99	4,15
S/P17	Saya merasa nyaman menyimpan informasi akun dan alamat di Shopee.	3,83	4,07
Rata-rata		3,87	4,09

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai rata-rata kinerja ($\bar{X}$) sebesar 3,87 dan harapan ($\bar{Y}$) sebesar 4,09 yang menjadi acuan pembagian empat kuadran pada diagram kartesius. Visualisasi hasil ditampilkan pada gambar diagram kartesius berikut.



Gambar 3. Hasil Diagram Kartesius



Gambar 3 menunjukkan hasil pemetaan 17 atribut layanan Shopee dalam empat kuadran pada diagram kartesius berdasarkan rata-rata skor kinerja (sumbu X) dan kepentingan (sumbu Y) dari responden. Kuadran I merepresentasikan atribut yang harus diprioritaskan untuk ditingkatkan karena dianggap penting namun memiliki kinerja rendah. Kuadran II berisi atribut yang penting dan kinerjanya tinggi, sehingga perlu dipertahankan. Kuadran III menggambarkan atribut dengan prioritas rendah karena dianggap kurang penting dan kinerjanya juga rendah. Kuadran IV menunjukkan atribut dengan kinerja tinggi tetapi dinilai kurang penting, sehingga dapat diefisienkan pengelolaannya.

3.4 Pembahasan

Berdasarkan Gambar 3, diagram kartesius menyajikan visualisasi statistik tingkat kepuasan pelanggan terhadap aplikasi Shopee. Diagram ini mengelompokkan 17 atribut layanan ke dalam empat kuadran berdasarkan hasil survei, dengan sumbu X mewakili kinerja (*performance*) dan sumbu Y mewakili tingkat kepentingan (*importance*). Tujuan dari pemetaan ini adalah untuk mengidentifikasi aspek layanan yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan maupun keunggulan yang harus dipertahankan. Adapun hasil pemetaannya atribut-atribut layanan Shopee terbagi ke dalam empat kuadran sebagai berikut:

a. Kuadran A (Prioritas Utama)

Tiga atribut masuk ke kuadran ini, yang berarti atribut tersebut sangat penting bagi pelanggan namun memiliki kinerja rendah, yaitu: ketepatan pengiriman (atribut 7), keamanan pengemasan (atribut 8), dan produk tidak rusak saat diterima (atribut 10). Artinya, meskipun ketiganya sangat krusial dalam menciptakan kepuasan pelanggan, performanya belum optimal dan perlu segera diperbaiki. Hasil ini sejalan dengan temuan Ervina Ramadhani dan Novi Marlina (2021) yang juga mengidentifikasi beberapa atribut layanan penting berada pada kuadran B dan C, mengindikasikan gap antara ekspektasi dan kinerja layanan.

b. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Enam atribut berada di kuadran ini, menunjukkan bahwa pengguna menilai atribut-atribut tersebut penting dan puas dengan kinerjanya. Ini termasuk fitur pencarian, kelengkapan informasi produk, kemudahan checkout, informasi pelacakan, serta keamanan data pribadi dan akun. Temuan ini konsisten dengan penelitian Oktaviano Wardana dan Iriani (2024), yang menekankan pentingnya fungsionalitas dan keamanan aplikasi sebagai faktor utama yang perlu dipertahankan karena memiliki nilai kepuasan tinggi dan dianggap penting oleh pengguna.

c. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Terdapat enam atribut dalam kuadran ini, yaitu beberapa aspek layanan customer service serta kesesuaian produk dengan deskripsi. Artinya, meskipun performanya rendah, atribut-atribut ini dianggap kurang penting oleh responden dan tidak menjadi prioritas utama. Hal ini juga ditemukan dalam penelitian Achmad Odyk Akbar Nagara dan Andrean Emaputra (2020), yang menunjukkan bahwa beberapa atribut SERVQUAL berperforma rendah namun tidak dianggap krusial oleh konsumen dalam konteks layanan barbershop.

d. Kuadran D (Berlebihan)

Dua atribut yaitu tampilan aplikasi dan kemudahan menu berada di kuadran ini. Kinerjanya tinggi tetapi tingkat kepentingannya relatif rendah, sehingga peningkatan berlebih di area ini tidak mendesak dan sumber daya sebaiknya dialihkan ke atribut dalam kuadran A. Temuan ini selaras dengan penelitian Mira Tania, Ahmad Ishaq, dan Muhammad Rifqi Firdaus (2024) yang mengungkapkan bahwa desain antarmuka Shopee sudah memuaskan pengguna, meskipun bukan menjadi prioritas utama bagi kepuasan secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN

Hasil analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa rata-rata tingkat kesesuaian (TKi) dari 17 atribut layanan Shopee adalah sebesar 94,59%. Nilai ini menunjukkan bahwa layanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan, karena berada di bawah standar ideal yang umumnya disarankan dalam layanan e-commerce, yaitu minimal 95% atau mendekati 100% untuk mencapai tingkat kepuasan sangat memuaskan sebagaimana ditemukan dalam penelitian terdahulu [17], [18]. Dari hasil pemetaan pada diagram kartesius, terdapat tiga atribut yang berada di Kuadran A (prioritas utama untuk diperbaiki), yaitu *Atribut 7 (informasi pelacakan pesanan akurat dan terkini)*, *Atribut 8 (pengiriman barang tepat waktu)*, dan *Atribut 10 (kemasan barang dalam kondisi baik dan sesuai pesanan)*. Shopee perlu meningkatkan koordinasi dengan mitra logistik, memperkuat sistem pelacakan, serta menetapkan standar pengemasan yang lebih baik agar kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan. Enam atribut berada di Kuadran B (dipertahankan), enam di Kuadran C (prioritas rendah), dan dua atribut di Kuadran D (berlebihan). Namun, temuan dalam penelitian ini memiliki keterbatasan, karena hanya dilakukan pada 150 mahasiswa aktif Universitas Malikussaleh yang bertransaksi di Shopee dalam kurun waktu tertentu, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi untuk seluruh pengguna Shopee secara umum.

REFERENCES

- [1] A. Wulandari dan K. Anwar US, "Analisis Manajemen Pemasaran Pada Aplikasi Shopee Dan Tokopedia," *Transekonomika Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, vol. 1, no. 3, hal. 295–301, 2021, doi: 10.55047/transekonomika.v1i3.49.
- [2] W. R. F. Husaeni, W. Hidayat, dan W. Yuliani, "Validitas Dan Reliabilitas Angket Penyesuaian Diri Siswa Sma," *FOKUS (Kajian Bimbingan, Konseling dalam Pendidikan)*, vol. 5, no. 1, hal. 78, 2022, doi: 10.22460/fokus.v5i1.7408.



- [3] A. Fahira, T. I. F. Rahma, dan R. Syahriza, "Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Nasabah Bank Sumut Syariah," *Din. Ekon. - J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 15, no. 1, hal. 247–264, 2022, doi: 10.53651/jdeb.v15i1.358.
- [4] H. Fauzi, "Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Majalengka Pelanggan E-Commerce Shopee)," *Maro J. Ekon. Syariah dan Bisnis*, vol. 4, no. 2, hal. 156–167, 2021, doi: 10.31949/maro.v4i2.1801.
- [5] P. Kualitas, L. Dan, H. Terhadap, P. Pada, G. Studi, dan W. Kecamatan, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)," *J. Ilm. M-Progress*, vol. 12, no. 1, hal. 70–83, 2022, doi: 10.35968/m-pu.v12i1.867.
- [6] A. Caniago, "Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *J. Lentera Bisnis*, vol. 11, no. 3, hal. 219, 2022, doi: 10.34127/jrlab.v11i3.652.
- [7] Y. Palinggi, S. Sabran, dan H. Hamji, "Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis (IPA)," *J. Ekon. Manaj. Indones.*, vol. 23, no. 1, hal. 67–77, 2023, doi: 10.53640/jemi.v23i1.1342.
- [8] R. P. Syahputra, R. Hardiartama, B. P. Kristana, dan A. Wulansari, "Analisis User Experience Aplikasi Flip Menggunakan Metode Heart Metrics dan Importance Performance analysis (IPA)," *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 4, no. 2, hal. 228–236, 2023, doi: 10.33365/jatika.v4i2.2630.
- [9] B. Saputra dan D. Savitri, "Penerapan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis Kinerja Suroboyo Bus Sebagai Moda Transportasi Umum Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pengguna," *MATHunesa J. Ilm. Mat.*, vol. 8, no. 3, hal. 239–253, 2020, doi: 10.26740/mathunesa.v8n3.p239-253.
- [10] A. Alam, Harun, N. M. Sholihah, dan A. Nurrahman, "Evaluasi Program Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) LAZISMU Magetan dengan Pendekatan Diagram Kartesius," *Al-Muzara'Ah*, vol. 9, no. 2, hal. 147–165, 2021, doi: 10.29244/jam.9.2.147-165.
- [11] R. Fachrina dan Z. M. Nawawi, "Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelana," *J. Ilm. Mhs. Perbank. Syariah*, vol. 2, no. 2, hal. 247–254, 2022, doi: 10.36908/jimpa.v2i2.75.
- [12] M. Yusuf, A. G. Nugroho, dan L. Latifah, "Peran Quality of Work Life Dalam Kualitas Kehidupan Kerja Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Di Universitas Muhammadiyah Banjarmasin," *J. Manaj. Pendidik. Al Hadi*, vol. 2, no. 2, hal. 8, 2022, doi: 10.31602/jmpd.v2i2.7337.
- [13] U. Niarti, "Analisis Akuntansi Persediaan Produk Rusak Pada Toko Rosmart Sukaraja Kecamatan Curup Timur," *J. Ilm. Raflesia Akunt.*, vol. 7, no. 1, hal. 1–7, 2021, doi: 10.53494/jira.v7i1.54.
- [14] D. G. Febrian dan N. Agitha, "Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kegiatan Belajar Mengajar Di Program Studi Teknik Informatika Universitas Mataram Menggunakan Metode Importance Performance Analysis," *J. Comput. Sci. Informatics Eng.*, vol. 4, no. 2, hal. 92–99, 2020, doi: 10.29303/jcosine.v4i2.85.
- [15] R. Al Hakim, I. Mustika, dan W. Yuliani, "Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi," *FOKUS (Kajian Bimbing. Konseling dalam Pendidikan)*, vol. 4, no. 4, hal. 263, 2021, doi: 10.22460/fokus.v4i4.7249.
- [16] H. M. Anggreani dan M. M. Yafi, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) dan Metode Quality Function Deployment (QFD) (Studi Kasus Madrasah Ibtidaiyah 'X')," *Nusant. Technol. Eng. Rev.*, vol. 1, no. 1, hal. 54–61, 2024, doi: 10.55732/nter.v1i1.1164.
- [17] D. F. Hidayat, L. O. A. S. Tosungku, dan L. D. Fathimahhayati, "Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus: PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur)," *J. Tek. Ind. J. Has. Penelit. dan Karya Ilm. dalam Bid. Tek. Ind.*, vol. 9, no. 1, hal. 167, 2023, doi: 10.24014/jti.v9i1.21281.
- [18] A. B. Sulistyio, I. Rafauzi, dan H. Wijaya, "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Indomaret dengan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA)," *J. Media Tek. dan Sist. Ind.*, vol. 6, no. 2, hal. 95, 2022, doi: 10.35194/jmts.v6i2.1938.
- [19] O. Wardana dan I. Iriani, "Analisis Kepuasan Pelanggan pada Platform Dompot Digital Dana dengan Metode IPA," *Briliant J. Ris. dan Konseptual*, vol. 8, no. 4, hal. 1081, 2023, doi: 10.28926/briliant.v8i4.1666.
- [20] M. Tania, A. Ishaq, dan M. R. Firdaus, "Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap User Interface Aplikasi Shopee Menggunakan Metode EUCS," *J. Komput. Antart.*, vol. 2, no. 3, hal. 112–117, 2024, doi: 10.70052/jka.v2i3.503.