

**Nomor Daftar FPIPS : 3488/UN40.F2.10//PT/2022**

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY SHOPEE FOOD TERHADAP  
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MITRA**

**(Studi Kasus Usaha Mikro Kecil dan Menengah Makanan di Kota Bandung)**

**Skripsi**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh  
gelar Sarjana Pariwisata



oleh

Ipang Muldiana

1805446

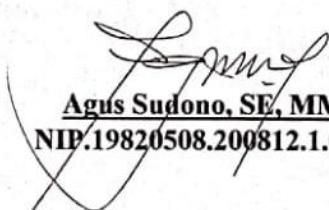
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH E-SERVICE QUALITY SHOPEE FOOD TERHADAP PENINGKATAN**  
**VOLUME PENJUALAN MITRA**

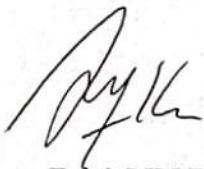
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing,

**Pembimbing I**



Agus Sudono, SE, MM  
NIP.19820508.200812.1.002

**Pembimbing II**

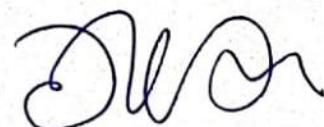


Ilham Fajri, MM.Par  
NIP.2018.1.040388.053

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering

Ketua Prodi Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par  
NIP 19700320.200812.2.001

**LEMBAR HAK CIPTA**  
**PENGARUH E-SERVICE QUALITY SHOPEE FOOD TERHADAP**  
**PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MITRA**

**(Studi Kasus Usaha Mikro Kecil dan Menengah Makanan di Kota Bandung)**

Oleh  
Ipang Muldiana

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar  
Sarjana Pariwisata di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Ipang Muldiana

Universitas Pendidikan Indonesia

2022

Hak Cipta dilindungi Undang – Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,  
di fotokopi, dan cara lainnya tanpa izin penulis

## ABSTRAK

Perdagangan elektronik menjadi fenomena bisnis yang sangat signifikan dalam menunjang kebutuhan manusia, salah satunya memenuhi kebutuhan makanan, penerapannya berupa aplikasi pelayanan antar makanan. Aplikasi yang banyak digunakan baik oleh pembeli maupun penjual adalah menggunakan aplikasi ShopeeFood. Tujuan dalam pembuatan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh *e-service quality* ShopeeFood terhadap peningkatan volume penjualan mitra. *E-service quality* merupakan sebuah kemampuan pelayanan elektronik sebuah aplikasi bagi penggunanya untuk kemudahan pengelolaan penjualan produk. Variabel bebas atau variabel *independent* (X) adalah *e-service quality* yang terdiri dari tujuh indikator diantaranya *efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, dan contact* (Zehir dan Narcikara, 2016). Sedangkan variabel terikat atau variabel *dependent* (Y) pada penelitian ini adalah peningkatan volume penjualan dengan indikator diantaranya; kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi, dan promosi (Swasta & Irawan, 2008). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *incidental sampling* dengan karakteristik responden yang merupakan pengusaha UMKM di bidang makanan dan minuman serta terdaftar menjadi bagian dari ShopeeFood. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik. regresi linier berganda dengan uji partial (uji t) dan uji simultan (uji F). Hasil penelitian uji partial (uji t) dengan nilai  $t_{tabel}$  1,989 menunjukkan bahwa variabel *fulfillment* dengan nilai  $t_{hitung}$  4,294 dan nilai sig. 0,00, *system availability* dengan nilai  $t_{hitung}$  3,021 dan nilai sig. 0,03, dan *responsiveness* dengan nilai  $t_{hitung}$  2,471 dan nilai sig. 0,015. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *fulfillment, system availability* dan *responsiveness* memberi pengaruh secara partial terhadap peningkatan volume penjualan mitra dikarenakan  $t_{tabel} > t_{hitung}$  dan nilai sig.  $< 0,05$ . Hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan *e-service quality* ShopeeFood secara simultan terhadap peningkatan volume penjualan mitra dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $18.663 > 2,10$ .

**Kata Kunci : *E-Service Quality, Volume Penjualan, ShopeeFood***

## **ABSTRACT**

Electronic commerce has become a very significant business phenomenon in supporting human needs, one of which is meeting food needs, its application is in the form of food delivery service applications. The application that is widely used by both buyers and sellers is the ShopeeFood application. The purpose of this study was to determine the effect of ShopeeFood's e-service quality on increasing partner sales volume. E-service quality is an electronic service capability of an application for users to facilitate product sales management. The independent variable (X) is e-service quality which consists of seven indicators including efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, and contact (Zehir dan Narcikara, 2016). While the dependent variable (Y) in this study is an increase in sales volume with indicators including; the condition and ability of the seller, market conditions, capital, organizational conditions, and promotions (Swasta & Irawan, 2008). This research uses quantitative research methods. The number of respondents in this study was 100 respondents using the incidental sampling technique with the characteristics of respondents who are UMKM entrepreneurs in the food and beverage sector and are registered as part of ShopeeFood. The data processing technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression with partial test (t test) and simultaneous test (F test). The results of the partial test (t test) with a  $t_{table}$  value of 1.988 show that the fulfillment variable with a  $t_{count}$  value of 4,294 and a sig. value. 0.00, system availability with  $t_{count}$  3,021 and sig. 0.03, and responsiveness with a  $t_{count}$  value of 2,471 and a sig value. 0.015. These results indicate that fulfillment, system availability and responsiveness have a partial influence on the increase in partner sales volume due to  $t_{table} > t_{count}$  and  $sig. < 0.05$ . Simultaneous test results (F test) show that ShopeeFood's e-service quality simultaneously increases partner sales volume with a value of  $F_{count} > F_{table}$  or  $18.663 > 2.10$ .

**Keywords:** E-Service Quality, Sales Volume, ShopeeFood

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	4
1.3    Tujuan Penulis .....	4
1.4    Kegunaan Penulis .....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1    Kajian Pustaka .....	6
2.1.1    Pariwisata .....	6
2.1.2    Kualitas Pelayanan .....	7
2.1.3    Platform Digital.....	7
2.1.4 <i>Electronic Commerce</i> .....	8
2.1.5 <i>E-Service Quality</i> .....	8
2.1.6    UMKM.....	9
2.1.7    Volume Penjualan .....	10
2.2    Penelitian Terdahulu.....	11
2.3    Kerangka Pemikiran .....	15
2.4    Hipotesis .....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1    Objek Penelitian .....	19
3.2    Metodologi Penelitian .....	19

3.2.1	Jenis Penelitian dan Metodologi yang Digunakan .....	19
3.2.2	Operasional Variabel.....	20
3.2.3	Jenis dan Sumber Data .....	25
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i> .....	25
3.3.1	Populasi .....	25
3.3.2	Sampel.....	25
3.3.3	Teknik <i>Sampling</i> .....	26
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.5	Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	28
3.4.1	Pengujian Validitas .....	28
3.4.2	Pengujian Reabilitas.....	30
3.6	Analisis Data .....	32
3.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	32
3.6.2	Analisis Determinasi .....	36
3.6.3	Pengujian Hipotesis Partial atau Uji t .....	36
3.6.4	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F) .....	36
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	38
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
4.1.1	Profil Shopee .....	38
4.1.2	Sejarah Shopee .....	38
4.1.3	Struktur Organisasi Shopee .....	39
4.1.4	Layanan ShopeeFood .....	40
4.1.5	Tampilan Aplikasi Shopee Partner.....	41
4.2	Karakteristik Responden .....	42
4.2.1	Karakteristik Responden Menurut Penghasilan .....	42
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	44
4.2.3	Sebaran Area Pemesan Usaha Responden .....	45
4.2.4	Sebaran Lokasi Usaha Responden Mitra Shopee Food Kota Bandung	47
4.2.5	Peta Sebaran UMKM di Kota Bandung.....	50
4.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Service Quality</i> ShopeeFood .....	51
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Efficiency</i> .....	51

4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Fulfillment</i> .....	53
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>System Availability</i> .....	56
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Privacy</i> .....	58
4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Responsive</i> .....	60
4.3.6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Compensation</i> .....	62
4.3.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Contact</i> .....	64
4.3.8	Tanggapan Responden Terhadap Peningkatan Volume Penjualan.....	66
4.4	Uji Normalitas .....	69
4.5	Uji Heterokedasitas .....	70
4.6	Uji Multikolinearitas .....	71
4.7	Hasil Analisa Uji Regresi Linier Berganda .....	72
4.8	Hasil Uji Determinasi .....	74
4.9	Hasil Uji Hipotesis .....	75
4.10.1	Uji Hipotesi Partial (Uji t).....	75
4.10.2	Hasil Uji F atau Uji Hipotesis Simultan.....	77
4.10	Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN .....	85
5.1	Simpulan.....	85
5.2	Saran .....	86
DAFTAR PUSTAKA	.....	88
LAMPIRAN	.....	91

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, H. N., & Suryadi, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Pembeli Makanan Secara Online Di Aplikasi Grab Food Oleh Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Brawijaya*, 9.
- Ajija, S. R. (2011). Cara Cerdas Menguasai E-views. In *Jakarta*. Salemba Empat.
- Cooper, C. (2012). *Essentials of Tourism*. Pearson Education Limited.
- Cothron, H., Kil, S., Tran, P., Edwards, L., Bernhoft, S., Johnson, S., Wong, E., & Dyle, R. (2019). Service Quality and its Dimensions. *Nuclear Plant Journal*, 37(1), 20–21. <https://doi.org/10.1108/eb039583>
- Ghozali, I. (2013). *Applikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (7th ed.). Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, I. (2016). *Applikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (VIII). Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, I. (2018). *Applikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Hamida, ichwanda ayu, & Amron. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Layanan Pesan-Antar Shopee Food. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(April 2020), 33–42.
- Haryanti, D. (2018). *Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar*. UMKMINDONESIA.ID. <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>
- Henriawan, D. (2021). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Shopee Food (Studi Pada Konsumen Bandung Timur) Desan Henriawan. *Sintesa*, 12(2), 13.

- Hidayah, I. (2021). Digital Platforms As Food And Beverage Marketing Media During The Covid-19 Pandemic. *Airlangga Journal of Inovation Management*, 2(2), 122–130.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (3rd ed.). ALFABETA, cv.
- Junaedi, N. L. (2021). *Shopee Food segera ekspansi ke Indonesia*. Ekrut Media. <https://www.ekrut.com/media/shopee-food-segera-ekspansi-ke-indonesia>
- Ladita, P. (2020). *Analisis penerapan aplikasi android tokocrypto menggunakan pendekatan design thinking dibantu dengan platform design toolkit v.2*.
- Morissan. (2012a). *Metode Penelitian Survei* (1st ed.). Kencana.
- Morissan. (2012b). *Metode Penelitian Survei*. K E N C A N A.
- Nanda, A. P., & Maharani, A. (2018). Aplikasi Electronic Commerce Sebagai Media Penjualan Produk Makanan Ringan Business Development Center Kabupaten Pringsewu. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 9(2), 127–133.
- Nugroho, B. W., & Wijaksana, T. I. (2021). *Pengaruh Percieved Usefulness , Percieved Ease of Use , Dan E- Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go- Food Pada Umkm Di Jalan Sukbirus Sekitar Kawasan Telkom the Effect of Percieved Usefulness , Percieved Ease of Use , and E- Service Q.* 8(3), 1–15.
- Parasuraman, P. A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). A Multiple-Item Scale for Assessing. *Journal of Service Research*, 7(October 2014), 1–21. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Putra, F. D. (2017). Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9.
- Riduwan. (2008). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Warsiman (ed.);

- 5th ed.). ALFABETA, cv.
- Samsuri, T. (2003). Kajian Teori , Kerangka Konsep Dan Hipotesis dalam Penelitian. *Universitas Negeri Padang*, 1–7. [http://repository.unp.ac.id/1656/1/TJEJEP\\_SAMSURI\\_209\\_03.pdf](http://repository.unp.ac.id/1656/1/TJEJEP_SAMSURI_209_03.pdf)
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi* (Sutopo (ed.); 1st ed.). ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2016). *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cet.23). ALFABETA, cv. <https://doi.org/979-8433-71-8>
- Suyitno. (2001). *Perencanaan Wisata (Tour Planning)* (5th ed.). Kanisius.
- Swasta, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern* (2nd ed.). Liberty.
- Tua Siregar, R., Suwarti, S., Devi, Y., Nina, M., Butarbutar, M., kusuma dewi, I., Bernadetta purba, pratiwi, & eko yunianto, A. (2020). Definisi Pariwisata. In J. Simarmata (Ed.), *Industri Pariwisata dan Kuliner* (p. 132). Yayasan Kita Menulis.
- WU, K.-W. (2011). Customer Loyalty Explained by Electronic Recovery Service Quality: Implications of the Customer Relationship Re-Establishment for Consumer Electronics E-Tailers. *Contemporary Management Research*, 7(1), 21–44. <https://doi.org/10.7903/cmr.1101>
- Wuisan, D. S. . (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Food Quality Terhadap Customer Loyalty Pengguna Gofood Indonesia Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Dan Customer Satisfaction. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(1), 141–162. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.33851>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/jtjik/article/download/2100/1544>
- IPANG MULDIANA, 2022**  
**PENGARUH E-SERVICE QUALITY SHOPEE FOOD TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MITRA**  
 Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)