

PENGARUH KECEPATAN, KEAMANAN, DAN AKURASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE DI KALANGAN GEN Z

Oleh:

¹Engyelita Verlianty Putri, ²Marsella, ³Calista Joice Halim, ⁴Januardin*,
⁵Truly Okto Hasudungan Purba

^{1,2,3,4}PUI PT Digital Business And SMES, Universitas Prima Indonesia
Jl. Sampul No. 3, Medan (Sekretariat / Kampus Utama)

⁵Universitas Katolik Santo Thomas
Jl. Setia Budi No.479, Tj. Sari, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20133

e-mail: januardin@unprimdn.ac.id

ABSTRACT

Service providers are required by the sharp competition in the e-commerce sector to prioritize the pillars of security, speed, and accuracy as determinants of consumer satisfaction. This study is oriented to test and analyze the significance of the influence received by Shopee users on satisfaction in the Generation Z segment in Medan City from the dimensions of security, service speed, and accuracy. Quantitative research is the method implemented by this research, where primary data is the source of data collected in this study. Using a purposive sampling technique, with respondent criteria aligned with the research objectives, 100 selected respondents were recruited to complete a structured questionnaire. Multiple linear regression analysis was implemented to statistically process all data using IBM SPSS Statistics software. The research findings show that customer satisfaction is significantly influenced by security, speed, and accuracy, both partially and simultaneously. This suggests that shopee app user satisfaction can be increased by improvements in system security quality, service speed, and information accuracy in the transaction process.

Keywords : *Security, Speed, Accuracy, Customer Satisfaction, Shopee*

ABSTRAK

Ketajaman kompetisi dalam sektor e-commerce menuntut penyedia layanan untuk memprioritaskan pilar keamanan, kecepatan, dan akurasi sebagai determinan kepuasan konsumen. Studi ini diorientasikan untuk menguji serta menganalisis signifikansi pengaruh yang diterima kepuasan pengguna Shopee pada segmen Generasi Z di Kota Medan dari dimensi keamanan, kecepatan layanan, dan ketepatan (akurasi). Penelitian kuantitatif merupakan metode yang diimplementasikan oleh penelitian ini, dimana data primer merupakan sumber data yang dikumpulkan dalam studi ini. Melalui teknik purposive sampling dengan kriteria responden yang selaras dengan tujuan penelitian, sejumlah 100 responden terpilih dilibatkan dalam pengisian kuesioner terstruktur. Analisis regresi linear berganda diimplementasikan untuk mengolah seluruh data secara statistik dengan memanfaatkan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan menerima pengaruh signifikan dari variabel keamanan, kecepatan, dan akurasi baik secara parsial ataupun secara simultan. Hal ini

memperlihatkan bahwa kepuasan pengguna aplikasi Shopee bisa ditingkatkan oleh peningkatan yang terjadi pada kualitas keamanan sistem, kecepatan layanan, serta ketepatan informasi dalam proses transaksi.

Kata Kunci : Keamanan, Kecepatan, Akurasi, Kepuasan Pelanggan, Shopee

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam dunia e-commerce yang sangat kompetitif. Kemajuan teknologi digital sudah mengakselerasi pertumbuhan pesat industri e-commerce di berbagai negara, termasuk Indonesia. Situasi ini menghasilkan persaingan yang semakin intens di antara platform-platform perdagangan elektronik dalam upaya menarik serta mempertahankan konsumen. Dalam konteks ini, kelangsungan sebuah platform, termasuk Shopee bisa menerima pengaruh dari salah satu faktor vital yang disebut dengan kepuasan konsumen. Usaha untuk menumbuhkan kepuasan konsumen berkaitan erat dengan tiga komponen utama, yakni keamanan sistem, kecepatan layanan, dan ketepatan dalam pemrosesan transaksi serta pengiriman barang.

Respon emosional dari konsumen, yang bisa berupa rasa puas atau kecewa, sering kali muncul akibat adanya perbedaan antara harapan yang ada dan kenyataan pelayanan yang diterima secara langsung. Dalam implementasinya, tingkat kepuasan yang dirasakan sangat tergantung pada bagaimana perusahaan mengatur kualitas layanan yang mereka tawarkan. Kualitas layanan ini bisa dievaluasi melalui berbagai elemen penting, mulai dari aspek fisik yang tampak, keandalan penyedia layanan, kecepatan dalam merespon keluhan, jaminan keselamatan, sampai empati yang diberikan pada pelanggan (Saputra et al., 2024). Keberlangsungan dan perkembangan Shopee sebagai satu dari sekian platform e-commerce terbesar di Indonesia bisa didukung oleh kontribusi vital dari kepuasan konsumen, sebab kontribusinya dalam membangun ketekunan dan loyalitas pelanggan (Reisya Aulia Anhar et al., 2024).

Dasar yang paling penting untuk menciptakan kepercayaan dari konsumen berakar pada adanya sistem perlindungan yang kuat. Ini memberikan jaminan pada tiap-tiap orang bahwa mereka aman saat melakukan transaksi dan memastikan data pribadi mereka tetap rahasia. Mengimplementasikan verifikasi dua langkah (2FA) merupakan salah satu langkah kunci untuk meminimalkan kemungkinan akun diretas, di lain sisi penggunaan sistem pembayaran yang andal juga berkontribusi dalam mengurangi risiko penipuan (Bakti Surbakti & Iqram, 2025).

Tingkat kepuasan pengguna bisa menerima pengaruh secara langsung dari faktor penting yang disebut dengan akselerasi distribusi barang. Shopee menawarkan berbagai pilihan waktu pengiriman untuk memenuhi permintaan waktu yang berbeda dari pelanggan. Hal ini dijelaskan oleh Hafizh (2024). Dalam konteks ini, Shopee menyajikan beberapa pilihan layanan pengiriman, seperti Shopee Express Standard, Sameday, Instant, dan Hemat, serta memastikan bahwa isi paket akurat, waktu pengiriman sesuai, jumlah barang tepat, dan kemasan mencapai standar yang sudah ditetapkan.

Kepuasan pelanggan bisa dipertahankan oleh peran penting dari keakuratan, terutama agar produk yang diterima selaras dengan deskripsi dan spesifikasi yang sudah dijanjikan. Di lain sisi, standar akurasi mencakup elemen transparansi dan visibilitas, di mana pelanggan menginginkan kepastian terkait status pesanan mereka secara real-time dan terus-menerus. Kemudahan dalam memantau pengiriman dengan tepat bisa mengurangi rasa cemas pelanggan sebab memberikan informasi yang jelas dan terbuka. Pelanggan merasa lebih tenang dan memiliki kontrol atas pengiriman, yang pada gilirannya

meningkatkan kepercayaan mereka pada platform e-commerce (Primadi et al., 2024).

Pada bulan Februari tahun 2023, ada penurunan jumlah pengunjung ke situs e-commerce di Indonesia, termasuk pada lima platform utama yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Orami, dan Blibli. Salah satu dari platform-platform besar itu, yakni Shopee, melaporkan angka pengunjung sejumlah 143,6 juta, mengalami penurunan sebanyak 16,2% jika dibandingkan dengan bulan Januari 2023 yang mencapai 171,3 juta pengunjung. Jika diteliti lebih dalam, jumlah orang yang datang ke Shopee menurun sejumlah 25% jika dibandingkan dengan bulan Desember 2022 yang mencatat 191,6 juta kali kunjungan. Sehubungan dengan hal itu, Shopee melaporkan adanya penurunan pengunjung selama dua bulan berturut-turut (Mazela, 2024).

Menurunnya minat pelanggan untuk membeli kembali di Shopee adalah masalah yang perlu segera ditangani, sebab bisa memperlihatkan adanya masalah dalam kualitas layanan. Salah satu hal yang mungkin berdampak pada situasi ini adalah keterlambatan dalam pengiriman barang, mengingat kepuasan pelanggan bisa menerima pengaruh dari peran penting dari kecepatan pengiriman. Konsumen umumnya mengharapkan barang sampai selaras dengan waktu yang sudah dijanjikan. Jika ada masalah dengan waktu pengiriman, hal ini berpotensi menimbulkan ketidakpuasan dan merusak reputasi platform dalam memenuhi janji layanan yang diberikan (Mangkur, 2023). Di lain sisi, berbagai keluhan dari pengguna masih bisa ditemukan pada kolom ulasan aplikasi Shopee di Google Play Store, baik yang disampaikan oleh penjual ataupun pembeli. Beberapa masalah yang kerap dikeluhkan antara lain waktu pemuatan aplikasi yang lambat, keterlambatan dalam proses pengiriman, respons layanan pelanggan yang dinilai kurang memberikan solusi, kesulitan saat melakukan penarikan dana, serta masih ditemukannya produk yang tidak selaras dengan deskripsi yang tertera. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas layanan Shopee masih perlu ditingkatkan agar bisa memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik serta lebih memuaskan bagi para penggunanya (Nadhifa et al., 2023).

Identifikasi Masalah

Berikut ialah sejumlah masalah yang diidentifikasi dalam studi ini mengacu pada latar belakang di atas:

1. Verifikasi dua faktor dan payment gateway masih perlu ditingkatkan
2. Kejadian tak terduga terjadi saat proses pengantaran
3. Kesulitan untuk memastikan akurasi pemesanan barang, baik dalam kondisi ataupun jenis barang
4. Kualitas produk yang tidak sesuai ekspektasi

Rumusan Masalah

1. Sejauh mana dimensi keamanan pada platform Shopee memberikan kontribusi pada pencapaian kepuasan pelanggan di segmen Gen Z?
2. Apakah tingkat kepuasan pengguna dari kalangan Gen Z bisa ditentukan oleh pengaruh dari aspek kecepatan layanan Shopee secara signifikan?
3. Bagaimana persepsi kepuasan pelanggan pada kelompok Gen Z menerima pengaruh dari tingkat akurasi operasional Shopee?
4. Sejauh mana kepuasan pelanggan shopee di kalangan Gen Z menerima pengaruh dari variabel keamanan, kecepatan, serta akurasi secara simultan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tingkat keamanan Shopee pada kepuasan pelanggan di kalangan Gen Z di kota Medan

2. Untuk mengevaluasi pengaruh tingkat kecepatan Shopee pada kepuasan pelanggan di kalangan Gen Z di kota Medan
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tingkat akurasi Shopee pada kepuasan pelanggan di kalangan Gen Z di kota Medan
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tingkat keamanan, kecepatan, dan akurasi Shopee secara bersamaan pada kepuasan pelanggan di kalangan Gen Z di kota Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Oliver (2019) memaparkan bahwasanya Respon emosional yang diperlihatkan pembeli sesudah membandingkan kualitas layanan dengan ekspektasi pribadinya mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan itu. Seperti yang dijelaskan Irawan (2021) perasaan emosional yang timbul sesudah suatu produk atau layanan digunakan oleh pelanggan dikenal dengan kepuasan pelanggan (Ayunani et al., 2023). Kotler dan Keller (2018) memaparkan bahwasanya perasaan senang atau kecewa yang timbul saat kinerja produk dibandingkan dengan harapan pelanggan dikenal dengan kepuasan (Rio Sasongko & Penulis, 2021). Berdasarkan teori yang sudah dibahas, peneliti memaparkan bahwasanya perasaan senang saat produk atau layanan yang diberikan selaras dengan harapan mereka dikenal dengan kepuasan pelanggan.

Keamanan

Keamanan saat bertransaksi adalah hal yang penting dalam membeli barang secara online. Park dan Kim (2006) memaparkan bahwasanya sejauh mana data pelanggan mampu dilindungi oleh toko selama proses belanja online sehingga rasa aman dan kepercayaan pelanggan pada toko itu bisa ditingkatkan dikenal dengan keamanan. (I. Ramadhan & Anggraeni, 2022). Hasil ini juga selaras dengan penelitian (Rahayu & Susanti, 2022) yang memaparkan bahwasanya upaya yang dilakukan dengan maksud agar terjadinya pelecehan atau penggunaan yang tidak bertanggung jawab oleh sejumlah pihak yang tidak bertanggung jawab baik yang ada di lingkungan ataupun di sistem keamanan data bisa dicegah dikenal dengan keamanan, seperti yang disebutkan oleh (Putra & Triwardhani, 2023). Berdasarkan teori yang sudah dibahas, peneliti menyimpulkan bahwa keamanan adalah cara untuk mencegah atau melindungi data dari pemakaian yang tidak sah.

Kecepatan

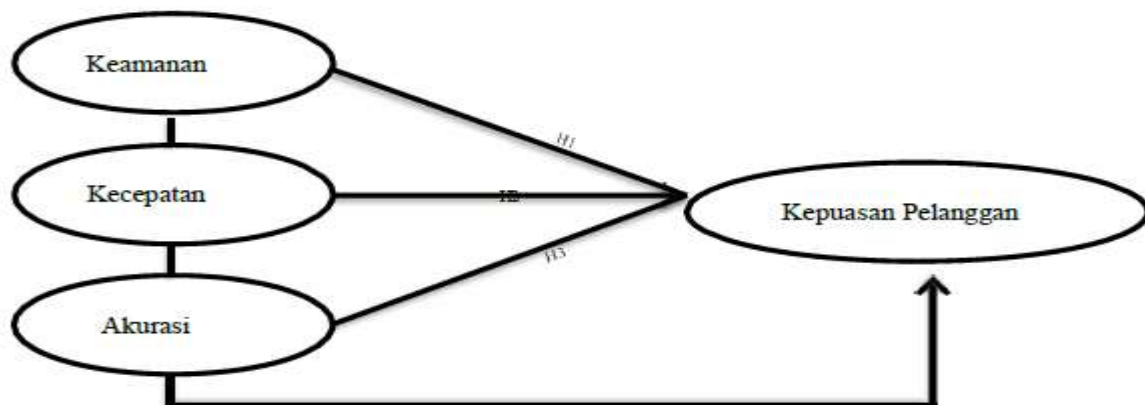
Kecepatan pengiriman di perusahaan jasa sangat penting untuk membentuk kesan baik bagi pelanggan, di lain sisi jika pengiriman terlambat, bisa membuat citra perusahaan menjadi buruk. Kepuasan pelanggan di perusahaan jasa pengiriman menerima dampak yang signifikan dari pengiriman yang cepat dan tepat waktu, seperti yang diperlihatkan oleh penelitian (Alam Abdul Salam et al., 2024).

Akurasi

Ketepatan dalam pengiriman barang memegang peranan esensial untuk menjamin bahwa tiap- tiap item yang sampai ke tangan konsumen sudah selaras dengan spesifikasi yang diminta. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa pengiriman bisa diperhatikan dari ketepatan, kecepatan, dan sikap ramah saat melayani pelanggan, yang secara keseluruhan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan (Alam Abdul Salam et

al., 2024). Di lain sisi, akurasi juga penting dalam memberikan informasi terkini terkait proses pengiriman berdasarkan nomor resi yang ada (Primadi et al., 2024). Berdasarkan penjelasan teori itu, bisa diambil kesimpulan bahwa tingkat akurasi dan kualitas pengiriman memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan cepat pada kebutuhan pelanggan. Berdasarkan teori yang sudah dibahas, peneliti menyimpulkan bahwa kecepatan merupakan hal penting dalam e-commerce, baik dalam hal ketepatan waktu ataupun respon.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Selaras dengan definisi (Irfan Syahroni dkk., 2022). Hipotesis merupakan sebuah konklusi awal bagi problematika yang dikaji dalam penelitian. Mengacu pada landasan itu, diajukanlah serangkaian dugaan teoretis sebagai berikut:

- H1: Keamanan memberikan pengaruh nyata pada kepuasan pelanggan Shopee di kalangan Gen Z
- H2: Kecepatan memberikan pengaruh nyata pada kepuasan pelanggan Shopee di kalangan Gen Z
- H3: Akurasi memberikan pengaruh nyata pada kepuasan pelanggan Shopee di kalangan Gen Z
- H4: Keamanan, Kecepatan dan Akurasi memberikan pengaruh nyata pada kepuasan pelanggan Shopee di kalangan Gen Z.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Durasi Penelitian

Masyarakat Kota Medan yang terklasifikasi pada kategori Generasi Z dan aktif menggunakan aplikasi Shopee dijadikan sebagai fokus oleh penelitian ini. Adapun proses pengumpulan serta pengolahan data dijadwalkan berlangsung dalam kurun waktu dua bulan.

Jenis dan Sumber Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang diimplementasikan oleh penelitian ini. Terkait ketersediaan data, peneliti memanfaatkan sumber data primer untuk memenuhi kebutuhan analisis.

Populasi Penelitian

Mengacu pada definisi Sugiyono (2018:117), populasi merupakan objek atau subjek penelitian dengan karakteristik khusus. Objek pengamatan dalam riset ini melibatkan mahasiswa aktif di lingkungan Universitas Prima Indonesia yang memiliki pengalaman bertransaksi melalui platform Shopee. (Anjuari & Hasibuan, 2022).

Sampel Penelitian

Kumpulan individu yang ditetapkan sebagai bagian dari populasi dikenal dengan sampel (Mutiara et al., 2020). Subjek yang menjadi target dalam pengamatan ini difokuskan pada individu kelompok Generasi Z yang berdomisili di Kota Medan dan aktif bertransaksi menggunakan platform Shopee. Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan mengaplikasikan formula *Lemeshow*, sebuah pendekatan statistik yang lazim digunakan apabila total populasi sasaran tidak teridentifikasi dengan jumlah yang tetap. Rumus *lemeshow* merupakan rumus yang sering digunakan dalam menghitung jumlah sampel dalam penelitian saat jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (Caniago & Rustanto, 2022). Berikut rumus *lemeshow* :

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

Keterangan :

- n* = Jumlah sampel minimal
- Z* = Tingkat kepercayaan = 1,96
- P* = Maksimal estimasi (50% = 0,5)
- D* = Alpha (0,1) atau sampling eror 10%

Kalkulasi pada jumlah subjek penelitian (sampel) dilakukan dengan mengaplikasikan rumus itu, dengan hasil sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2} \\n &= \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,10^2} \\n &= \frac{3,814 \times 0,5 (1-0,5)}{0,01} \\n &= \frac{1,9208(0,5)}{0,01} \\n &= \frac{0,9604}{0,01} \\n &= 96,04\end{aligned}$$

Ada 160 responden yang dijadikan sebagai sampel dalam studi ini mengacu pada perhitungan menggunakan rumus diatas.

Teknik Pengumpulan Data

Proses perolehan data dilakukan melalui pendistribusian angket digital secara daring(kuesioner), di mana para partisipan mengisi instrumen penelitian yang disediakan via Google Form.

Tabel 1. Defenisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Keamanan (X1)	Kapasitas sebuah sistem dalam menjaga serta mengelola perlindungan data informasi pengguna (I. Ramadhan & Anggraeni, 2022).	Proteksi data pribadi, kerahasiaan informasi, jaminan keamanan sistem, prosedur autentikasi, integritas data, aspek keselamatan, serta efisiensi dalam transaksi (Suyar et al., 2023; Adhitya & Fauziah, 2023).	Likert
Kecepatan (X2)	Responsivitas layanan pengiriman yang bisa menciptakan persepsi positif bagi pengguna jasa (Alam Abdul Salam et al., 2024).	Jarak Tempuh, Metode Pengiriman, Jenis Pengiriman, Volume Barang, Estimasi, Status Pengiriman, Pemilihan Pengiriman, durasi pendistribusian barang (Prayoga, 2024).	Likert
Akurasi (X3)	Ketepatan dalam proses pengiriman yang berfungsi menekan angka kesalahan guna meningkatkan kepercayaan konsumen (Alam Abdul Salam et al., 2024).	Validitas informasi pemesanan, ketepatan titik lokasi, kecocokan spesifikasi barang yang diterima, serta konsistensi waktu pendistribusian (Supriyadin Supriyadin et al., 2024).	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y1)	Bentuk reaksi emosional konsumen yang muncul dari hasil komparasi antara realitas layanan dengan ekspektasi awal (Ayunani et al., 2023).	Kualitas Pelayanan, tingkat Kepuasan Produk, Pembelian Ulang, Rekomendasi (Fahlevi, 2024), Konfirmasi Harapan, Kepuasan secara keseluruhan (Rustanti et al., 2023).	Likert

Analisis Data

Uji kualitas instrumen, prasyarat asumsi klasik, dan regresi linear berganda merupakan sejumlah pengujian yang diimplementasikan untuk menganalisis data dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS. Uji t, uji F, serta evaluasi koefisien determinasi merupakan sejumlah pengujian yang termuat di dalam uji hipotesis.

Uji Instumen Penelitian

Uji Validitas

Sejauh mana variabel yang diteliti benar-benar mampu direpresentasikan oleh butir pernyataan dalam kuesioner bisa diidentifikasi dengan memanfaatkan uji validitas. Prosedur ini dilakukan dengan mengomparasikan nilai r_{hitung} pada r_{tabel} pada derajat kebebasan (df) = n-2 dan alpha 0,05. Kriteria keputusan memaparkan bahwasanya indikator disebut valid saat r_{hitung} melampaui r_{tabel} , di lain sisi, item itu dianggap tidak valid saat r_{hitung} di bawah r_{tabel} (Asnain & Widiartanto, n.d.).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan guna menjamin bahwa tingkat konsistensi yang tinggi dimiliki oleh instrumen yang digunakan saat pengumpulan data dilakukan berulang kali. Sebuah variabel dikatakan handal (reliabel) saat nilai *Cronbach's Alpha* melampaui 0,60, dan dianggap tidak reliabel saat nilainya di bawah 0,60 (Asnain & Widiartanto, n.d.).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Normal tidaknya distribusi yang terjadi pada data regresi bisa diidentifikasi dengan memanfaatkan uji normalitas. Uji ini dilakukan melalui analisis histogram, di mana dijumpai adanya distribusi normal pada data saat pola yang terbentuk menyerupai lonceng, dan Normal P–P Plot, di mana dijumpai adanya distribusi normal pada residual saat titik-titik berada di sekitar garis diagonal (Pratiwi & Lubis, n.d.).

Uji Multikolinieritas

Signifikan tidaknya hubungan linier yang dijumpai antar variabel bebas dalam model regresi bisa diidentifikasi dengan memanfaatkan uji multikolinieritas. Mengikuti kriteria yang dipaparkan oleh Pratiwi dan Lubis (n.d.), sebuah model dinyatakan bebas dari gangguan multikolinieritas apabila angka Variance Inflation Factor (*VIF*) tidak melampaui 10 dan besaran nilai Tolerance berada di atas ambang 0,1.

Uji Heterokedastisitas

Identifikasi heteroskedastisitas dalam studi ini dilakukan dengan mengamati sebaran pada diagram pencar (*scatterplot*) dengan membandingkan variabel *ZPRED* dan *SRESID*. Berdasarkan pandangan (Pratiwi & Lubis, n.d.) model regresi dianggap lolos uji prasyarat ini saat titik-titik data terpencah secara tidak beraturan tanpa memperlihatkan kecenderungan pola khusus, baik itu menyempit, melebar, ataupun bergelombang.

Uji Regresi Linear Berganda

Guna memahami dampak perubahan variabel independen pada variabel dependen, peneliti menerapkan teknik regresi linear berganda. Berdasarkan teori (Aryani & Gustian, 2020) teknik ini berfungsi untuk mengidentifikasi arah hubungan serta kekuatan korelasi antarvariabel dalam model penelitian

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Y = Variabel dependen (nilai yang ingin diprediksi)

A = konstanta (ketika semua variabel independen bernilai 0)

b₁, b₂, ..., b_n = koefisien regresi (mengukur seberapa besar variabel independent terhadap Y)

x₁ x₂, ..., X_n = variabel independent (digunakan untuk memprediksi Y / dikenal dengan prediktor)

Uji t (Parsial)

Untuk menguji hipotesis secara individu, penelitian ini merujuk pada teknik uji t yang dikemukakan oleh (R. A. Ramadhan, n.d.) Hipotesis penelitian akan **dinyatakan terverifikasi (diterima)** jika perolehan nilai probabilitas (Sig.) di bawah alfa 5% (0,05) dan kekuatan *t hitung* berada di atas nilai kritis *t tabel*. Tetapi, jika signifikansi melebihi 0,05, maka bisa dipastikan bahwa variabel terikat tidak menerima pengaruh signifikan dari variabel bebas secara parsial, yang berujung pada penolakan hipotesis.

Uji F (Simultan)

Merujuk pada (R. A. Ramadhan, n.d.) Kriteria keberhasilan pengujian ini dianggap diterima saat nilai probabilitas (Sig.) di bawah 0,05 dan *f- hitung*. melampaui *f- tabel*.. Di lain sisi, dilakukan penolakan pada hipotesis saat nilai signifikansi melampaui 0,05 atau *f- hitung*. di bawah *f- tabel*.

Koefisien Determinasi (R²)

Sejauh mana pengaruh yang diterima variabel dependen dari variabel independen bisa diukur dengan memanfaatkan koefisien determinasi (R²). Sebagaimana dijelaskan oleh (R. A. Ramadhan, n.d.) rentang nilai yang dimiliki oleh parameter ini berada ada kisaran 0 sampai 1. Variabilitas variabel terikat bisa dideskripsikan oleh model regresi dengan kemampuan yang kuat saat R² memperlihatkan nilai yang tinggi (mendekati angka 1).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Karakteristik data yang sudah dihimpun bisa dideskripsikan dengan mengimplementasikan metode statistik deskriptif. Merujuk pada studi (Nadhifa et al., 2023) teknik ini mempermudah interpretasi informasi melalui penyajian parameter statistik seperti nilai rerata (mean), batas minimum dan maksimum, serta tingkat penyimpangan data atau standar deviasi.

Tabel 2. Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keamanan	100	12	40	32.59	5.464
Kecepatan	100	12	40	32.75	5.489
Akurasi	100	13	40	31.38	5.388
Kepuasan Pelanggan	100	10	40	32.13	5.606
Valid N (listwise)	100				

Berdasarkan hasil uji deskriptif tabel 2 diatas, didapat :

- 1) Data untuk variabel keamanan memperlihatkan rentang skor antara **12** hingga **40**. Secara statistik, perolehan rata-rata (mean) tercatat pada angka **32,59** dengan tingkat persebaran data (standar deviasi) senilai **5,464**. Hal ini memperlihatkan bahwa responden menilai sistem keamanan yang diterapkan sudah baik dan bisa memberikan rasa aman dalam bertransaksi.
- 2) Data untuk variabel kecepatan memperlihatkan rentang skor antara **12** hingga **40**. Secara statistik, perolehan rata-rata (mean) tercatat pada angka **32,75** dengan tingkat persebaran data (standar deviasi) senilai **5,489**. Hal ini memperlihatkan bahwa responden menilai kecepatan layanan yang diberikan sudah memadai dan selaras dengan harapan.
- 3) Data untuk variabel akurasi memperlihatkan rentang skor antara **13** hingga **40**. Secara statistik, perolehan rata-rata (mean) tercatat pada angka **31,38** dengan tingkat persebaran data (standar deviasi) senilai **5,388**. Hal ini memperlihatkan bahwa responden merasa informasi dan layanan yang diberikan sudah akurat dan bisa dipercaya.
- 4) Data untuk variabel kepuasan pelanggan memperlihatkan rentang skor antara **10** hingga **40**. Secara statistik, perolehan rata-rata (mean) tercatat pada angka **32,13** dengan tingkat persebaran data (standar deviasi) senilai **5,606**. Hal ini memperlihatkan bahwa secara umum kepuasan dirasakan oleh responden pada layanan yang diterima.

Uji Instrumen Penelitian Uji Validitas

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}
Keamanan (X1)	Terjaminnya Transaksi	0,790	0,196
	Kemudahan Transaksi	0,719	0,196
	Pengelolaan Data Pribadi	0,836	0,196
	Kerahasiaan Data	0,826	0,196
	Jaminan Keamanan	0,821	0,196
	Autentikasi	0,794	0,196
	Integritas	0,880	0,196
	Keamanan	0,836	0,196
Kecepatan (X2)	Waktu Pengiriman	0,774	0,196
	Status Pengiriman	0,834	0,196
	Jarak Tempuh	0,822	0,196
	Pemilihan Pengiriman	0,780	0,196
	Estimasi	0,804	0,196
	Metode Pengiriman	0,849	0,196
	Jenis Pengiriman	0,742	0,196
	Volume Barang	0,628	0,196
Akurasi (X3)	Validitas Data Penerima	0,737	0,196
	Validitas Alamat Tujuan	0,811	0,196
	Validitas Deskripsi Produk	0,798	0,196
	Jaminan / Garansi	0,796	0,196
	Delivery Flexibility	0,736	0,196
	Tanggung Jawab	0,771	0,196
	Ketepatan Waktu Kedatangan Barang	0,845	0,196
	Ketepatan Waktu Pengiriman Barang	0,820	0,196
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Pelayanan	0,830	0,196
	Kepuasan Harapan	0,855	0,196
	Pembelian Ulang Produk	0,856	0,196
	Rekomendasi	0,876	0,196
	Sesuai Harapan	0,782	0,196
	Kepuasan Pelanggan Secara Keseluruhan	0,810	0,196
	Design Produk	0,802	0,196
	Jaminan / Garansi	0,805	0,196

Hasil evaluasi pada Tabel 3 memperlihatkan bahwa tiap-tiap butir pernyataan memiliki koefisien korelasi (r_{hitung}) yang melampaui nilai r_{tabel} 0,196. Hal ini membuktikan bahwa instrumen yang digunakan sudah memenuhi kriteria validitas.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

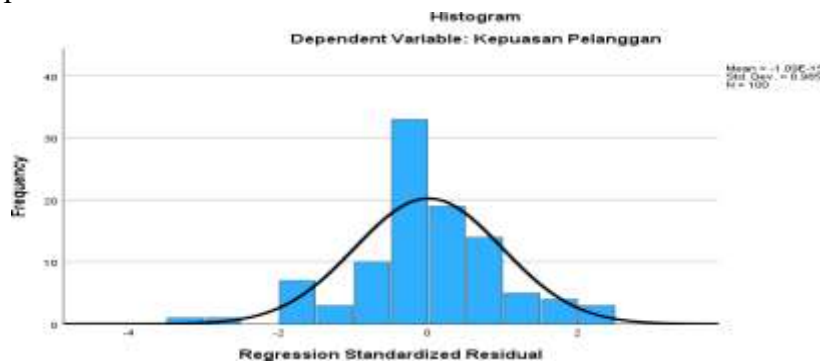
Variabel	Cronbach's Alpha
Keamanan	0,923
Kecepatan	0,905
Akurasi	0,912
Kepuasan Pelanggan	0,933

Berdasarkan ringkasan data pada Tabel 4, dijumpai bahwa koefisien *Cronbach's Alpha* untuk tiap variabel sudah melampaui standar minimal 0,6. Kondisi ini membuktikan bahwa kriteria reliabilitas yang kuat sudah dipenuhi oleh instrumen yang digunakan dalam studi ini dan konsistensi internal yang baik juga sudah dimiliki.

Uji Asumsi Klasik

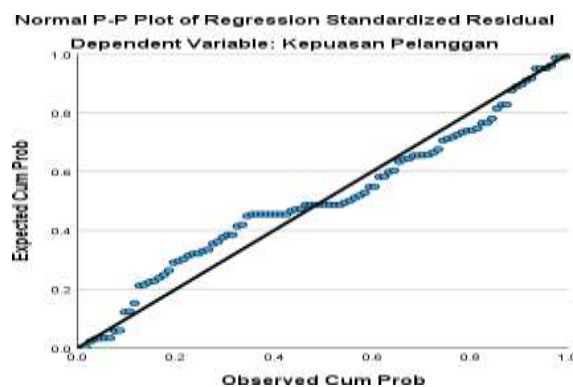
Uji Normalitas

Analisis *histogram* dan *Normality Probability Plot* diimplementasikan dalam melakukan penelitian ini.



Gambar 3. Hasil Uji Histogram

Visualisasi pada grafik histogram (Gambar 3) memperlihatkan pola kurva simetris menyerupai bentuk lonceng. Temuan ini memperlihatkan bahwa asumsi normalitas sudah bisa dipenuhi oleh distribusi data dalam model regresi ini.



Gambar 4. Hasil Uji Normality Probability Plot

Visualisasi pada grafik *P-Plot* di atas memperlihatkan persebaran titik-titik data yang berhimpit dan mengikuti arah garis diagonal. Pola sebaran ini memberikan bukti empiris bahwa sudah dijumpai adanya distribusi normal pada nilai residual dalam model regresi ini.

Uji Multikolinearitas

Guna memastikan tidak adanya korelasi antar variabel bebas, penelitian ini merujuk pada parameter *VIF* dan Tolerance. Sebagaimana ketentuan yang berlaku, data dikategorikan tidak mengalami masalah multikolinearitas saat hasil kalkulasi memperlihatkan nilai tolerance yang melampaui 0.10 dan *VIF* di bawah 10.00.

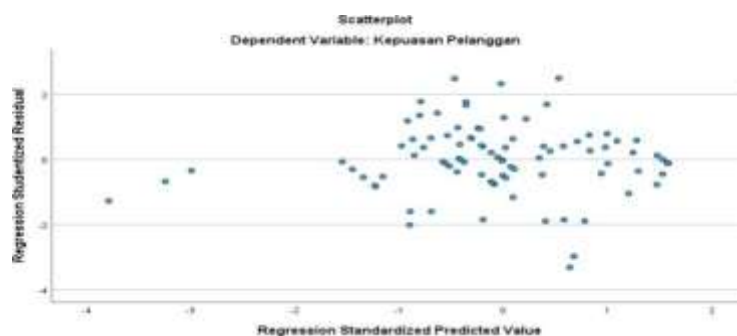
Tabel 5. Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.664	1.476		-.450	.654		
	Keamanan	.273	.069	.266	3.936	<.001	.356	2.807
	Kecepatan	.264	.072	.258	3.651	<.001	.325	3.073
	Akurasi	.486	.078	.467	6.203	<.001	.288	3.478

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Data yang tersaji memperlihatkan bahwa syarat non-multikolinearitas sudah dipenuhi oleh seluruh prediktor dalam model ini. Hal ini dibuktikan dengan nilai tolerance yang melampaui ambang batas 0,1, di mana variabel keamanan (X_1) sebanyak 0,356, kecepatan (X_2) sebanyak 0,325, dan akurasi (X_3) sebanyak 0,288. Selaras dengan itu, rasio *VIF* untuk ketiga variabel itu (2,807; 3,073; dan 3,478) secara konsisten berada di bawah angka 10. Sehubungan dengan hal itu, bisa dipastikan tidak dijumpai adanya korelasi antarvariabel independen yang mengganggu model regresi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 5. Uji Heteroskedastisitas

Melalui observasi visual pada grafik sebaran, tidak ditemukan pola khusus yang konsisten pada titik-titik data, sehingga bisa dipastikan bahwa sifat konstan (homoskedastis) dimiliki oleh varians residual. Hal ini memperlihatkan bahwa kriteria kelayakan asumsi klasik sudah dipenuhi oleh model regresi yang digunakan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.664	1.476		-.450	.654
	Keamanan	.273	.069	.266	3.936	<.001
	Kecepatan	.264	.072	.258	3.651	<.001
	Akurasi	.486	.078	.467	6.203	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

$$Y = -0.664 + 0,273X_1 + 0,264X_2 + 0,486X_3$$

- 1) Didapat nilai constant sebanyak -0,664. Hal ini memperlihatkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan diprediksi akan berada pada nilai -0,664 saat perubahan diasumsikan tidak dialami oleh variabel keamanan, kecepatan, dan akurasi atau berada pada posisi nol.
- 2) Variabel keamanan memiliki koefisien regresi senilai 0,273 dengan arah hubungan yang positif. Maknanya, kepuasan pelanggan akan ditingkatkan sebanyak 0,273 oleh tiap-tiap peningkatan satu satuan pada variabel keamanan.
- 3) Nilai koefisien untuk variabel kecepatan tercatat sebanyak 0,264. yang memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan menerima pengaruh positif dari variabel kecepatan. Maknanya, kepuasan pelanggan akan ditingkatkan sebanyak 0,264 oleh tiap-tiap peningkatan satu satuan pada variabel kecepatan.
- 4) Koefisien regresi variabel akurasi sebanyak 0,486 yang memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan menerima pengaruh positif dari variabel akurasi. Maknanya, kepuasan pelanggan akan ditingkatkan sebanyak 0,486 oleh tiap-tiap peningkatan satu satuan pada variabel akurasi.

Uji Hipotesis

Uji t

Ada tidaknya dampak yang diberikan oleh variabel independen secara parsial (sendiri – sendiri) pada variabel dependen bisa diidentifikasi dengan memanfaatkan uji ini.

Tabel 7. Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.664	1.476		-.450	.654
	Keamanan	.273	.069	.266	3.936	<.001
	Kecepatan	.264	.072	.258	3.651	<.001
	Akurasi	.486	.078	.467	6.203	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

1. Keamanan memiliki $t_{hitung} 3.936 > t_{tabel} 1.985$. Dan nilai sig $0.001 < 0.05$. Maknanya kepuasan pelanggan menerima pengaruh positif dari variabel keamanan secara nyata.
2. Kecepatan memiliki $t_{hitung} 3.651 > t_{tabel} 1.985$. Dan nilai sig $0.001 < 0.05$. Maknanya kepuasan pelanggan menerima pengaruh positif dari variabel kecepatan secara nyata.
3. Akurasi memiliki $t_{hitung} 6.203 > t_{tabel} 1.985$. Dan nilai sig $0.001 < 0.05$. Maknanya kepuasan pelanggan menerima pengaruh positif dari variabel akurasi secara nyata.

Uji F

Ada tidaknya dampak yang diberikan oleh variabel independen secara simultan (berbarengan) pada variabel dependen bisa diidentifikasi dengan melakukan uji ini.

Tabel 8. Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2624.425	3	874.808	172.487	<,001 ^b
	Residual	486.885	96	5.072		
	Total	3111.310	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Akurasi, Keamanan, Kecepatan

Tabel di atas memperlihatkan bahwa nilai 172.102, dimana nilai itu melampaui 2.70 dan nilai signifikan 0.001, dimana nilai itu di bawah 0.05 sehingga dilakukan penerimaan pada H4. Maksudnya variabel kepuasan pelanggan (Y) menerima pengaruh dari variabel keamanan (X_1), variabel kecepatan (X_2), dan variabel akurasi (X_3).

Koefisien Determinasi

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.844	.839	2.252

a. Predictors: (Constant), Akurasi, Keamanan, Kecepatan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel diatas memperlihatkan bahwa besarnya *Adjusted R Square* Adalah 0.839 yang mengasumsikan bahwa, variabel independent bisa menerangkan sebanyak 83,9% variabel dependen, di lain sisi variabel lain diluar model penelitian bisa menerangkan sisanya sebanyak 16,1%.

PEMBAHASAN

Pengaruh Keamanan Terhadap kepuasan pelanggan shopee di kalangan Gen Z

Temuan penelitian yang sudah dijalankan memperlihatkan bahwa Kepuasan Pelanggan menerima pengaruh positif signifikan dari Keamanan. Hal itu bisa diperhatikan dari hasil uji parsial yang mendapat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3.936 > 1.985$. Di lain sisi, bisa diperhatikan dari nilai signifikansi untuk variabel Keamanan sebanyak $0,001 < 0,05$ sehingga kepuasan pelanggan shopee di

kalangan Gen Z terbukti menerima pengaruh positif signifikan dari Keamanan secara parsial (dilakukan penerimaan pada H_1).

Temuan penelitian ini selaras dengan pendapat Park dan Kim (2006), sejauh mana data konsumen selama proses transaksi mampu dilindungi oleh toko sehingga rasa aman dan kepercayaan konsumen dalam berbelanja online bisa ditingkatkan dikenal dengan keamanan (I. Ramadhan & Anggraeni, 2022). (Rahayu & Susanti, 2022) memaparkan bahwasanya suatu cara yang dilakukan dengan maksud agar terjadinya suatu eksploitasi yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab baik itu yang berada di lingkungan ataupun keamanan sistem data bisa dihindari dikenal dengan keamanan (Putra & Triwardhani, 2023). Hal ini terjadi sebab dalam transaksi e-commerce ada risiko dan ketidakpastian, sehingga keamanan yang baik bisa meningkatkan rasa aman. Rasa aman itu mendorong kepercayaan dan kenyamanan dalam bertransaksi, yang pada akhirnya

meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan distribusi jawaban responden, pihak perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan sistem keamanan pada pelanggan, mengingat temuan penelitian memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan menerima pengaruh positif dari keamanan. Rasa aman pelanggan dalam bertransaksi bisa ditingkatkan oleh strategi keamanan yang tepat, seperti perlindungan data pribadi, sistem pembayaran yang aman, serta penerapan verifikasi dua faktor. Hal ini bisa memicu kepercayaan dan loyalitas pelanggan untuk terus menggunakan Shopee. Tetapi demikian, keamanan juga perlu diimbangi dengan kemudahan penggunaan sistem agar pelanggan tetap merasa nyaman, sehingga Shopee bisa meminimalkan risiko keluhan, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Pengaruh Kecepatan Terhadap kepuasan pelanggan shopee di kalangan Gen Z

Temuan penelitian yang sudah dijalankan memperlihatkan bahwa Kepuasan Pelanggan menerima pengaruh positif signifikan dari Kecepatan. Hal itu bisa diperhatikan dari hasil uji parsial yang mendapat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3.651 > 1.985$. Di lain sisi, bisa diperhatikan dari nilai signifikan untuk variabel Kecepatan sebanyak $0,001 < 0,05$ sehingga kepuasan pelanggan shopee di kalangan Gen Z terbukti menerima pengaruh positif signifikan dari Kecepatan secara parsial (dilakukan penerimaan pada H_2).

Temuan penelitian ini selaras dengan pendapat (Alam Abdul Salam et al., 2024) kecepatan pengiriman dalam perusahaan jasa berperan penting dalam membentuk persepsi positif pelanggan, di lain sisi keterlambatan pengiriman bisa menurunkan citra perusahaan. Tingkat kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa pengiriman terbukti menerima pengaruh signifikan dari pengiriman yang cepat dan tepat waktu.

Hal ini terjadi sebab kepuasan konsumen bisa ditingkatkan oleh peran penting dari faktor efisiensi waktu distribusi. Bagi Generasi Z yang cenderung menginginkan layanan serba instan, kemampuan platform dalam mempercepat proses pengiriman memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik. Berdasarkan distribusi jawaban responden pada perusahaan disarankan untuk mempertimbangkan kecepatan pada pelanggan disebabkan hasil dari penelitian memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan menerima pengaruh positif dari kecepatan. Hasrat pelanggan untuk membeli lebih banyak produk yang dijual oleh Shopee bisa dipicu oleh strategi kecepatan yang tepat sehingga produk dari Shopee bisa cepat terjual dan kepuasan pelanggan bisa dinilai dari pemberian feedback jika produk sudah sampai di tujuan. Akan tetapi, kecepatan juga harus memperhitungkan ketepatan yang sudah dilakukan agar Shopee juga bisa meminimalkan feedback negatif serta memaksimalkan keuntungan Shopee juga.

Pengaruh Akurasi Terhadap kepuasan pelanggan shopee di Kalangan Gen Z

Temuan penelitian yang sudah dijalankan memperlihatkan bahwa Kepuasan Pelanggan menerima pengaruh positif signifikan dari Akurasi. Hal itu bisa diperhatikan dari uji parsial yang mendapat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6.203 > 1.985$. Di lain sisi, bisa diperhatikan dari nilai signifikan untuk variabel Akurasi sebanyak $0,001 < 0,05$ sehingga kepuasan pelanggan shopee di kalangan Gen Z terbukti menerima pengaruh positif signifikan dari akurasi secara parsial (dilakukan penerimaan pada H_3).

Temuan penelitian ini selaras dengan penelitian Oliver (2019) memaparkan bahwasanya reaksi konsumen pada barang atau jasa yang memenuhi keinginan dan harapan mereka dikenal sebagai kepuasan pelanggan. Selaras dengan itu, Irawan (2021) memaparkan bahwasanya kondisi emosional yang muncul sesudah suatu produk atau layanan digunakan oleh pelanggan dikenal dengan kepuasan pelanggan (Ayunani et al., 2023). Kotler dan Keller (2018) memaparkan bahwasanya perbandingan antara kinerja

produk dan harapan konsumen menentukan apakah pelanggan merasa puas atau tidak. (Rio Sasongko & Penulis, 2021).

Hal ini terjadi sebab akurasi informasi dan layanan berperan penting dalam memastikan kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan. Dalam e-commerce, pelanggan sangat bergantung pada keakuratan deskripsi produk, harga, dan status pengiriman. Ketepatan pengiriman serta transparansi informasi, seperti pelacakan secara real-time, bisa meningkatkan kepercayaan dan mengurangi ketidakpastian pelanggan (Alam Abdul Salam et al., 2024; Primadi et al., 2024). Sehubungan dengan hal itu, akan terjadi kenaikan pada kepuasan pelanggan saat akurasi yang diberikan memperlihatkan tingkatan yang tinggi.

Berdasarkan distribusi jawaban responden, perusahaan disarankan untuk meningkatkan akurasi informasi dan layanan pada tiap-tiap transaksi, seperti keakuratan deskripsi produk, detail harga, dan status pengiriman. Rasa puas bisa diberikan bagi pelanggan dan citra Shopee sebagai platform yang bisa dipercaya bisa diperkuat dengan adanya akurasi yang tinggi. Sehubungan dengan hal itu, kepercayaan, loyalitas, serta kepuasan mereka pada layanan Shopee akan menerima dampak langsung dari akuratnya informasi yang diterima pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Sejumlah analisis dan diskusi hasil penelitian diatas menghasilkan sejumlah kesimpulan berikut:

1. Variabel (Y) terbukti menerima dampak nyata dari Variabel keamanan (X1) secara positif. Hal ini memperlihatkan bahwa akan terjadi kenaikan pada kepuasan pelanggan saat pelanggan merasakan tingkat keamanan yang baik.
2. Variabel kecepatan (X2) memberikan kontribusi searah dan signifikan dalam menentukan kepuasan pelanggan (Y). Kepuasan pelanggan pada layanan yang diberikan bisa diciptakan oleh peran penting dari faktor kecepatan pelayanan.
3. Variabel akurasi (X3) Terbukti memberikan dampak positif yang nyata pada kepuasan pelanggan (Y). Ketepatan dan keakuratan layanan berperan besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Secara simultan, peningkatan kepuasan pengguna menerima dampak signifikan dari Integrasi antara sistem keamanan yang kuat, proses pengantaran yang gesit, serta ketepatan data pengiriman. Ketiga aspek ini membentuk ekosistem layanan digital yang solid dalam menjawab kebutuhan pasar saat ini.

Saran

Sistem keamanan diharapkan bisa senantiasa diperkuat oleh perusahaan, sehingga rasa aman dan kepercayaan pelanggan bisa ditingkatkan. Kecepatan pelayanan perlu ditingkatkan agar proses transaksi menjadi lebih efisien dan responsif pada kebutuhan pelanggan. Di lain sisi, akurasi layanan harus terus dijaga untuk meminimalkan kesalahan yang bisa mengurangi kepuasan pelanggan.

Guna memperkaya literatur di masa mendatang, peneliti berikutnya dianjurkan untuk mengeksplorasi variabel-variabel tambahan yang belum tercakup dalam studi ini, seperti persepsi harga, tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, ataupun loyalitas konsumen. Di lain sisi, pengembangan ruang lingkup melalui diversifikasi objek penelitian atau penerapan metodologi yang lebih variatif diharapkan bisa memberikan perspektif yang

lebih mendalam terkait determinan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam Abdul Salam, Wirawan Widjanarko, & Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2024). Analisis Pengaruh Kecepatan, Akurasi, dan Biaya Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(3), 283–297. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i3.1636>
- Anjuari, R., & Hasibuan, M. Z. (2022). PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA UMKM KULINER DI DESA BANDAR SETIA DELI SERDANG. *JURNAL MUTIARA MANAJEMEN*, 7(2), 73–82. <https://doi.org/10.51544/jmm.v7i2.3459>
- Aryani, Y., & Gustian, D. (2020). SISTEM INFORMASI PENJUALAN BARANG DENGAN METODE REGRESI LINEAR BERGANDA DALAM PREDIKSI PENDAPATAN PERUSAHAAN. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 2(2), 39–51.
- Asnain, K., & Widiartanto, &. (n.d.). Studi Pada Konsumen Laptop ASUS di Plasa Simpang Lima Semarang. In *Jurnal Administrasi Bisnis: X*.
- Ayunani, N. A., Yanuar Varadina, ;, Ayu, ;, & Octavia, N. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 290–299.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). In *Humaniora Dan Kebijakan Publik* (Vol. 5).
- Fahlevi, N. (2024). *PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*.
- Irfan Syahroni, M., STIT Al-Aziziyah, D., TGH Umar Abdul Aziz kapek Gunung Sari Lombok Barat, J. I., & pos, kode. (2022). PROSEDUR PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 43(3).
- Mangkur, R. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PELANGGAN PADA E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA SINGARAJA*.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Nadhifa, A., Amalia, N., Atta, M., Nur Rahma, A., & Husna, A. L. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee. *Prosiding Seminar Nasional*, 1099–1115.
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (n.d.). *JURNAL BISNIS MAHASISWA*. Retrieved <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7800/4> Prayoga, A. (2024). *PENGARUH BIAYA*

PENGIRIMAN, KECEPATAN PENGIRIMAN, DAN AKURASI PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MASYARAKAT PENGGUNA JASA PENGIRIMAN JNE EXPRESS DI KECAMATAN NEGLASARI.

- Primadi, A., Tohir, M., & Haryanto, M. (2024). Muhamad+Rafi+Haryanto_22B505041032_Artikel+Multimoda. *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara*. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jpsn.v2i2>
- Putra, D., & Triwardhani, D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Shopee di Kota Solok. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2.
- Ramadhan, I., & Anggraeni, T. (2022). Pengaruh Promosi, Keamanan, Dan Kualitas Pelanggan Shopee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1.
- Ramadhan, R. A. (n.d.). *PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, FASILITAS KERJA, DAN PELATIHAN TERHADAP KEPUASAN KARYAWAN PT BFI FINANCE TBK AREA SURABAYA KERJA* Novianto Eko Nugroho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Rio Sasongko, S., & Penulis, K. (2021). FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Rustanti¹, D., Purbowati², D., Haris³, A., Gracela⁴, Y., & Lubis⁵, Y. A. (2023). *Literature Review Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk dan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Erigo Store)*. 1(4). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4>
- Supriyadin Supriyadin, Amirulmukminin Amirulmukminin, & Nurhayati Nurhayati. (2024). Analisis Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express Kota Bima. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(4), 96–104. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i4.1017>