

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN APLIKASI ZALORA
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN
METODE E-SERVICE QUALITY**

PROPOSAL TUGAS AKHIR



Diajukan oleh:
Asep Sanjaya
8040190416

Untuk Persyaratan Penelitian Dan Penulisan Tugas Akhir
Sebagai Akhir Proses Studi Strata 1

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS DINAMIKA BANGSA
2022**

IDENTITAS PROPOSAL PENELITIAN

1. Judul Proposal : Analisis Kualitas Layanan Aplikasi Zalora Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode E-Service Quality
2. Program Studi : Sistem Informasi
3. Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)
4. Peneliti :
 - a. Nama Lengkap : Asep Sanjaya
 - b. NIM : 8040190416
 - c. Jenis Kelamin : Laki-Laki
 - d. Alamat : Jl. Hosokroaminoto RT.03 RW.01 Kota Jambi
 - e. No. Telepon : 089515021594
 - f. Email : asepsanjaya30@gmail.com

1. LATAR BELAKANG

Semakin berkembangnya teknologi dan informasi yang sangat cepat, masyarakat mengharapkan segalanya serba mudah dan efisien karena sebagian besar masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam aktivitas sehari-harinya. Pada era yang serba digital seperti sekarang ini banyak perusahaan yang mengembangkan teknologi informasinya agar bisa terus bersaing, salah satu teknologi yang berkembang pesat pada era digital saat ini adalah *e-commerce* [1].

E-commerce merupakan suatu proses jual beli secara online atau elektronik menggunakan internet sebagai sarana jual beli. *E-commerce* atau lebih populer disebut dengan jual beli online saat ini tengah banyak digandrungi oleh banyak masyarakat, karena banyaknya keuntungan yang bisa didapatkan dalam berbelanja online membuat bisnis berbasis online ini banyak meraup konsumen. Salah satu keuntungan dalam melakukan jual beli online ini adalah mempermudah penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi sehingga konsumen tidak perlu datang ke toko secara langsung untuk membeli sebuah produk atau barang [2].

Di Indonesia sendiri banyak sekali aplikasi *e-commerce* yang hadir dan banyak digunakan oleh masyarakat karena kemudahan dan keuntungan yang didapat oleh masyarakat, aplikasi *e-commerce* yang banyak digunakan di Indonesia seperti aplikasi Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli.com, dan aplikasi Zalora.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan aplikasi Zalora sebagai objek yang akan di analisis, Zalora masuk ke Indonesia pada tahun 2012 dan termasuk bagian Zalora Group Asia, Zalora merupakan *e-commerce* yang mendominasi pada tipe fashion. Hal ini disebabkan Zalora merupakan *e-commerce* tipe fashion dengan pengunjung tertinggi Zalora juga menempati posisi ke empat sebagai *e-commerce* yang paling banyak di unduh aplikasinya di Indonesia, dari hal tersebut dapat diketahui bahwa Zalora merupakan *e-commerce* yang sudah dipercaya masyarakat Indonesia dan sudah mampu memperoleh banyak customer tetap [3].

Dari data yang didapat dari Play Store, aplikasi Zalora mendapatkan rating atau penilaian 4,8 dari nilai 5, serta mendapatkan jumlah ulasan sebanyak 334.000 ulasan dari data tersebut dapat dilihat bahwa aplikasi Zalora memiliki peminat yang

tinggi terutama di Indonesia dengan beragam kemudahan dan juga keuntungan yang bisa di dapatkan oleh penggunanya.

Walaupun aplikasi Zalora ini memberikan kemudahan dan keuntungan dengan fasilitas aplikasi yang diberikannya, masih ditemukan permasalahan yang membuat pengguna atau konsumen merasa kurang nyaman bahkan dapat dirugikan, permasalahan yang ditemui oleh pelanggan seperti produk yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan pada aplikasi, selain itu permasalahan yang dirasakan konsumen seperti tidak update pada saat barang yang telah dibayar namun belum di kirim sampai waktu yang begitu lama, dan pengguna juga merasakan performa aplikasi yang masih kurang atau lemot saat diakses dengan jaringan yang sudah baik,

Dari permasalahan yang di uraikan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk menganalisis kualitas pelayanan dari aplikasi Zalora dengan menggunakan metode *e-servqual*. *E-servqual* sendiri merupakan tingkat seberapa efektif sebuah situs web atau aplikasi memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk mengoperasikan aplikasi, dengan adanya kegiatan pembelian dan kegiatan pengiriman dari produk dan jasa. E-service quality pada dasarnya yaitu bentuk perusahaan untuk melakukan kegiatan yang memiliki kegunaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan para konsumen [4].

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis mengambil judul **“ANALISIS KUALITAS LAYANAN APLIKASI ZALORA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE E-SERVICE QUALITY”**

2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana menganalisis kualitas layanan dari aplikasi Zalora terhadap kepuasan pengguna dengan menggunakan metode *e-servqual* ?

1. BATASAN MASALAH

Untuk menghindari terjadinya masalah pembahasan diluar dari topik dan agar tidak menyimpang dari permasalahan, maka penulis memberikan Batasan permasalahan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan analisis 4 variabel e-servqual yaitu *efficiency*, *fulfillment*, *System Availability*, dan *privacy*
2. Pengumpulan data berupa kuisioner dengan bantuan layanan google form.
3. Penelitian ini dilakukan pada aplikasi Zalora
4. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna dari aplikasi Zalora di Kota Jambi.
5. Pengolahan data menggunakan software smartpls 25.

2. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan Latar Belakang dalam Rumusan Masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mnegetahui bagaimana kualitas layanan aplikasi Zalora terhadap kepuasan pengguna menggunakan metode e-servqual.

3. MANFAAT PENELITIAN

Ada beberapa manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Dapat memberikan bahan pertimbangan dan masukan kepada pihak aplikasi Zalora dalam mengelola layanan pada aplikasi agar kualitas nya sesuai dengan yang diinginkan oleh kepuasan pengguna.
2. Bagi penulis dapat menambah pengetahuan dan wawasan melalui penelitian ini.
3. Bagi peneliti selanjutnya atau pembaca agar dapat menambah referensi dan wawasan baru sesuai dengan bidang teknologi informasi pada umumnya.

4. LANDASAN TEORI

6.1 Analisis

Analisis adalah suatu usaha untuk mengurai suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga susunan/tatanan bentuk sesuai yang diurai itu tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih jernih dimengerti duduk perkaranya.

Menurut Spredley mengatakan bahwa analisis merupakan cara berpikir yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian hubungan antar bagian dan hubungannya dengan keseluruhan.

Nasution dalam Sugiyono melakukan analisis adalah pekerjaan sulit, memerlukan kerja keras. Tidak ada cara tertentu yang dapat diikuti untuk mengadakan analisis, sehingga setiap peneliti harus mencari sendiri metode yang dirasakan cocok dengan sifat penelitiannya. Bahan yang sama bisa diklarifikasi berbeda [5].

Analisis juga merupakan suatu kegiatan dalam mempelajari serta mengevaluasi suatu bentuk permasalahan atau kasus yang terjadi [6].

6.2 Kualitas Layanan

Pengertian kualitas menurut Kotler dan Kaller, merupakan keseluruhan ciri-ciri produk atau pelayanan yang memiliki pengaruh atau dampak pada adanya kemampuan yang memiliki tujuan memberikan kepuasan pada kebutuhan tersirat. Kualitas layanan atau jasa merupakan keunggulan (*excellence*) yang diinginkan oleh pelanggan merupakan suatu tujuan yang dicapai dari suatu keunggulan dan kualitas atas layanan [4].

Menurut Ranguti kualitas jasa atau *service quality* adalah jasa pelayanan yang kita berikan kepada pelanggan. Kualitas juga adalah suatu keseluruhan ciri dan karakteristik yang dimiliki suatu produk dan jasa yang dapat memberikan kepuasan pada penggunaannya. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai gabungan dari atribut layanan atau dimensi yang diinginkan konsumen [7].

6.3 Aplikasi

menurut Surabri, aplikasi adalah alat terapan yang difungsikan secara khusus dan terpadu sesuai kemampuan yang dimilikinya. Menurut Asropudin, aplikasi adalah *software* yang dibuat oleh suatu perusahaan komputer untuk mengerjakan tugas-tugas tertentu, misalnya *Ms. World, Ms.Excel* [8]. Aplikasi berasal dari kata bahasa inggris "*Application*" yang artinya merupakan bentuk dari kata kerja "*to apply*" atau dalam Bahasa Indonesia artinya pengolah. Secara istilah, aplikasi komputer adalah subkelas perangkat lunak komputer yang memakai kemampuan komputer dengan langsung melaksanakan suatu tugas yang diinginkan pengguna tersebut.

Selain itu, pengertian aplikasi adalah suatu perintah yang mengeksekusi dalam memberikan sebuah petunjuk kerja serta fungsi yang diinginkan. Dan pengertian aplikasi secara umum adalah sebagai alat terapan yang berfungsi secara khusus serta terpadu sesuai kemampuan yang dipunyai aplikasi adalah suatu perangkat komputer yang sudah siap dipakai sebagai *Users* [9].

6.4 E-Commerce

E-commerce merupakan kepanjangan dari *Electronic Commerce* yang berarti perdagangan yang dilakukan secara elektronik. Dalam buku *Introduction to Information Technology*, *E-commerce* berarti perdagangan elektronik yang mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan, atau informasi melalui jaringan computer, termasuk internet [10].

Perdagangan online (*e-commerce*) ialah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

E-commerce dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan karakteristiknya yaitu [11]:

1. *Business to Business (B2B) Business to Business* memiliki karakteristik:

- a. *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Informasi yang dimiliki hanya ditukar dengan partner tersebut.
 - b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
 - c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
2. *Business to Costumer (B2C) Business to Costumer* memiliki karakteristiknya yaitu:
- a. Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarakan secara umum pula dan dapat diakses secara bebas.
 - b. Servis yang digunakan bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh orang banyak.
 - c. Servis yang digunakan berdasarkan permintaan. Produsen harus siap memberikan respon sesuai dengan permintaan konsumen.
3. *Consumer to Consumer (C2C)* memiliki karakteristiknya yaitu:
- a. seorang konsumen dapat menjual secara langsung barangnya kepada konsumen lainnya, atau bisa disebut juga orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain
 - b. mengiklankan barang atau jasa secara pribadi melalui internet
4. *Costumer to Busines (B2C)* memiliki karakteristiknya yaitu:
- a. konsumen (individu) menciptakan nilai, dan perusahaan mengkonsumsi nilai ini, ketika konsumen menulis *review*, atau ketika konsumen memberikan ide yang berguna untuk pengembangan produk baru, maka individu ini adalah yang menciptakan nilai bagi perusahaan.

6.5 Aplikasi Zalora

Zalora masuk ke Indonesia pada tahun 2012 dan termasuk bagian Zalora Group Asia, Zalora merupakan e-commerce yang mendominasi pada tipe fashion. Hal ini disebabkan Zalora merupakan e-commerce tipe fashion dengan pengunjung tertinggi Zalora juga menempati posisi ke empat sebagai e-commerce yang paling banyak di unduh aplikasinya di Indonesia, dari hal tersebut dapat diketahui bahwa

Zalora merupakan e-commerce yang sudah dipercaya masyarakat Indonesia dan sudah mampu memperoleh banyak customer tetap [3].

6.6 Kepuasan Pengguna

Kepuasan konsumen memiliki definisi yaitu adanya tingkat perasaan seseorang yang ada setelah membandingkan dengan hasil kinerja yang akan dibandingkan dengan harapan dari seseorang itu sendiri. Salah satu dari adanya tiga tingkat kepuasan umum dapat dirasakan oleh konsumen seperti kinerja di bawah harapan maka dengan begitu konsumen akan merasakan kekecewaan, namun apabila kinerja yang dihasilkan dapat sesuai dengan harapan atau target maka konsumen akan merasa puas dan jika kinerja yang dihasilkan dapat melebihi dari harapan maka konsumen akan merasa sangat senang ataupun puas [4].

Kepuasan pelanggan adalah persepsi individual terhadap performa barang atau jasa yang berhubungan dengan ekspektasi pelanggan [12].

6.7 Metode E-servqual

Kualitas layanan berbasis online (e- service quality) sangat penting sebagai penentu kesuksesan atau gagalnya dari pedagang elektronik, dimana e-service quality menunjukkan bagaimana suatu situs e- commerce melayani dan memfasilitasi belanja, pemesanan, dan pengiriman secara online. Hal ini bertujuan untuk terjadinya pengerjaan yang efektif dan efisien [13].

E- Service Quality dikembangkan untuk mengevaluasi dan penilaian terhadap layanan-layanan yang terdapat pada jaringan internet. E-Service Quality diartikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memberikan fasilitas kegiatan berbelanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien [14].

Pengertian model e-servqual yang mencakup tujuh dimensi (efficiency, fulfillment, reability, privacy, responsiveness, compensation, dan contact) dijelaskan sebagai berikut [15]:

Skala layanan inti pada e-servqual.

- a. Efficiency: kemampuan pelanggan mencari informasi yang berkaitan dengan produk serta kemudahan dalam mengakses dan meninggalkan website dengan upaya minimal.

- b. fulfillment: pemenuhan produk dan memberikan layanan yang diminta pelanggan secara benar dan tepat waktu.
- c. Reability: kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan.
- d. Privacy: jaminan bahwa data dan transaksi pelanggan aman dan tidak dibocorkan.

Skala layanan pemulihan pada e-servqual.

- a. Responsiveness: kemampuan memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan ketika timbul masalah dan memiliki mekanisme pemberian garansi.
- b. Compensation: pemberian ganti rugi kepada pelanggan ketika timbul kesalahan atau kegiatan sistem.
- c. Contact: memberikan kemudahan komunikasi antara nasabah dengan staf secara online atau melalui telepon ketika pelanggan membutuhkan informasi terkait dengan produk dan layanan.

6.8 Skala Likert

Menurut Djaali ialah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survey [16].

Skala Likert memiliki pengukuran berupa skala tes dimulai dari 1 sampai 5, dimana 1 adalah STS (sangat tidak setuju) dan 5 adalah SS (sangat setuju) untuk setiap pertanyaan positif dan pertanyaan negatif sebaliknya, dapat di lihat pada tabel

Tabel 6.1 Skala Likert

Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju (SS) = 5	Sangat Setuju (SS) = 1
Setuju (S) = 4	Setuju (S) = 2
Netral (N) = 3	Netral (N) = 3
Tidak Setuju (TS) = 2	Tidak Setuju (TS) = 4
Sangat Tidak Setuju (STS) = 1	Sangat Tidak Setuju (STS) = 5

6.9 SPSS

SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) yaitu software khusus untuk pengolahan data statistik yang paling populer dan paling banyak digunakan di seluruh dunia. SPSS dipakai dalam berbagai riset pasar, pengendalian dan perbaikan mutu (quality improvement), serta riset-riset sains.

Dilihat dari fungsinya, SPSS digunakan dalam pengolahan dan analisis data kuantitatif, karena saling berhubungan dan juga termasuk dalam ruang lingkup statistik. Awalnya SPSS dibuat untuk keperluan pengolahan data statistik untuk ilmu-ilmu sosial, sehingga SPSS merupakan singkatan dari Statistical Package for the Social Sciences. Sesuai dengan perkembangan jaman, saat ini kemampuan SPSS diperluas untuk melayani berbagai jenis pengguna (user), seperti untuk proses produksi di pabrik, riset ilmu sains, dan lain-lain [17].

5. METODOLOGI PENELITIAN

7.1 Alat Bantu Penelitian

Alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perangkat keras (Hardware)

Perangkat keras yang digunakan untuk penelitian ini adalah:

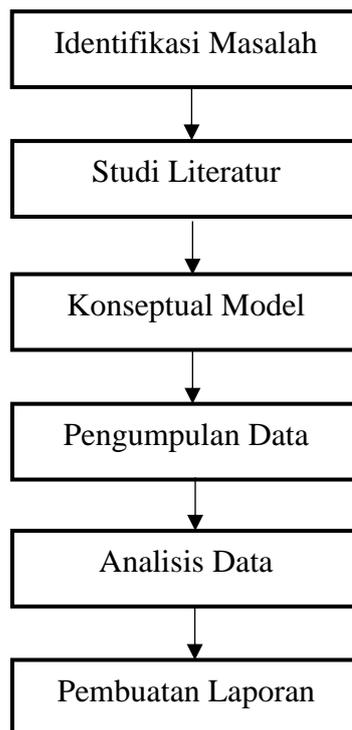
- a. Laptop Hp
- b. RAM 6 GB dan Hard Disk Drive 1000GB

2. Perangkat Lunak (Software)
 - a. Microsoft word 2019
 - b. Microsoft Excel 2019
 - c. Google Form
 - d. SPSS versi 25
 - e. Mendeley

7.2 Metode Penelitian

7.2.1 Kerangka kerja penelitian

Kerangka kerja penelitian merupakan tahapan-tahapan dari keseluruhan rangkaian kerja pada sebuah penelitian. Tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian ini disusun berdasarkan bagan atau diagram yang dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 7.1 Kerangka Kerja Penelitian

Berdasarkan kerangka kerja penelitian pada gambar 3.1 dapat diurutkan pembahasan masing-masing tahap penelitian adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

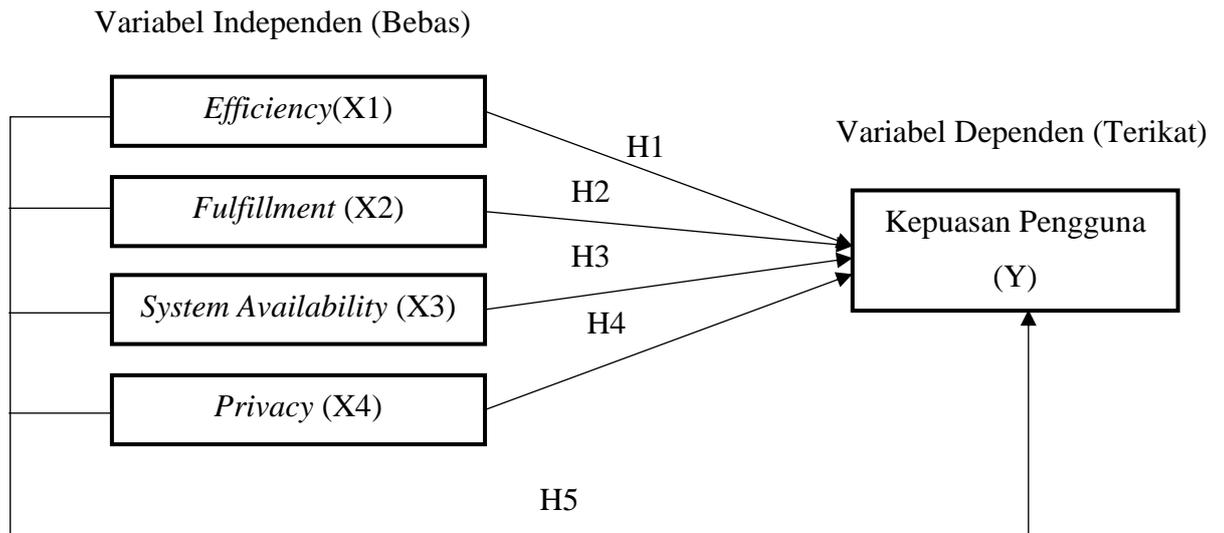
Identifikasi masalah merupakan suatu tahap permulaan dari pengembangan masalah yang dimana suatu objek tertentu dapat kita kenali sebagai suatu masalah. Pada tahap ini, penulis melakukan identifikasi masalah pada sistem yang sedang berjalan guna mengetahui kebutuhan yang harus dipenuhi. Dengan cara melihat/mengamati, meneliti, dan mengkaji tentang aplikasi Dompot Digital DANA.

2. Studi Literatur

Studi literatur adalah cara untuk menyelesaikan persoalan tentang menelusuri sumber-sumber tulisan yang pernah dibuat sebelumnya. Pada tahap studi literatur ini, penulis melakukan penelusuran yaitu mencari informasi dengan cara membaca, dan mengambil data melalui berbagai sumber buku, jurnal atau situs-situs di internet yang berhubungan dengan masalah yang akan dijadikan penelitian sebagai dasar dalam melakukan penelitian ini.

3. Konseptual Model

Pada tahapan ini dilakukan identifikasi factor-faktor yang diperoleh dari kegiatan studi literatur untuk mengetahui hubungan antara pengguna dan dimensi yang diterapkan pada metode e-servqual dengan menggunakan 4 dimensi yang berkaitan dengan permasalahan yang telah diketahui yaitu dimensi *efficiency*, *fulfilment*, *reliability*, dan *privacy* yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Adapun konseptual model dalam penelitian ini sebagai berikut.



Gambar 7.2 Konseptual Model [15].

Hipotesis adalah dugaan sementara yang harus dicari tahu kebenarannya. Pada jenis penelitian kuantitatif menekankan hipotesis pada dua macam, yaitu hipotesis satu variabel dan hipotesis dua variabel atau lebih.

Hipotesis yang dapat dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H1 : Terdapat pengaruh antara variabel *efficiency* (X1) terhadap kepuasan pengguna.
2. H2 : Terdapat pengaruh antara variabel *fulfillment* (X2) terhadap kepuasan pengguna
3. H3 : Terdapat pengaruh antara variabel *System Availability* (X3) terhadap kepuasan pengguna
4. H4 : Terdapat pengaruh antara variabel *privacy* (X4) terhadap kepuasan pengguna
5. H5 : Terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel *efficiency*, *fulfillment*, *System Availability*, dan *privacy* terhadap kepuasan pengguna.

4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan yang dilakukan untuk mengumpulkan dan mengukur informasi mengenai variabel yang di teliti, dengan cara sistematis yang memungkinkan responden untuk menjawab

pertanyaan yang diajukan, serta menguji hipotesis dan mengevaluasi hasil. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisisioner kepada pengguna aplikasi DANA menggunakan bantuan google form dan disebarikan secara online kepada responden.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dimana responden akan memilih jawaban dengan nilai 1 sampai 5 dimana dengan keterangan sangat tidak setuju sampai sangat setuju

Tabel 7.1 Skala Likert

Pernyataan Skala Likert
Sangat Setuju (SS) = 5
Setuju (S) = 4
Netral (N) = 3
Tidak Setuju (TS) = 2
Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

5. Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data menggunakan metode-metode di atas, penulis akan melakukan analisis data berdasarkan hasil observasi dengan membuat pertanyaan kuesioner dengan bantuan aplikasi *SPSS*. Pada penelitian ini, data yang dianalisis adalah hasil kuisisioner yang disebarikan sebelumnya, data tersebut akan di analisis dengan bantuan *SPSS* untuk menjawab semua permasalahan dan menjawab hipotesis yang telah dibangun.

6. Pembuatan Laporan

Pembuatan laporan adalah suatu bentuk penyampaian berita, keterangan, pemberitahuan ataupun pertanggung jawaban baik secara tertulis atau laporan.

Melalui laporan penelitian ini pembaca dapat mengetahui proses tahapan penelitian, bagaimana analisis dan pengolahan data dilakukan yang disusun sebagai laporan, dan dapat dijadikan sebagai dokumentasi bagi peneliti selanjutnya.

7.3 Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi Merupakan keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang terdiri dari bidang-bidang untuk di teliti. Atau, populasi adalah keseluruhan kelompok dari orang-orang, peristiwa atau barang-barang yang diminati oleh peneliti untuk diteliti, sedangkan sampel merupakan suatu sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian. [18].

7.3.1 Teknik pengambilan sampel

Sampel adalah bagian dari suatu populasi yang mewakili karakteristik populasi untuk diteliti). Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode non-probabilitas yaitu menggunakan teknik Purposive Sampling. Sampel diambil berdasarkan kriteria tertentu yaitu :

1. Responden merupakan pengguna aplikasi Zalora
2. Responden merupakan pengguna yang mengetahui fitur-fitur dalam menggunakan aplikasi Zalora

Ukuran sampel diambil dengan menggunakan Rumus Hair et al. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti. ukuran sampel yang ideal dan representatif tergantung pada jumlah variabel kemudian di kalikan dengan jumlah instrument [19].

Dalam penelitian ini variabel yang di gunakan berjumlah 5 dan instrument yang digunakan 15 buah, sehingga jumlah sampel yang di perlukan yaitu $5 \times 15 = 75$ Jadi jumlah sampel yang diambil untuk kuesioner dibulatkan menjadi 100 sesuai dengan batas minimum sampel

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Prima *et al.*, “PENERAPAN METODE SERVICE QUALITY DALAM ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN PADA PELAYANAN PEMESANAN BARANG E-COMMERCE DI UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA,” vol. 5, no. 2, 2022.
- [2] N. R. Ambarwati, B. Sinring, R. Ratna, and S. Taufan, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-Commerce Di Kota Makassar (Studi Kasus Pelanggan Shopee).”
- [3] P. Ayu and N. F. Ernungtyas, “Loyalitascustomerdalammobile Commercezalora,” *Profetik J. Komun.*, vol. 11, no. 01, pp. 1–11, 2018.
- [4] G. W. Billyarta and E. Sudarusman, “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee Di Sleman Diy,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 18, no. 1, pp. 41–62, 2021.
- [5] M. A. Ferdina Kusumah, Nurjaidin, *ANALISIS SISTEM PENDETEKSI WAJAH PADA GAMBAR DENGAN METODE K-NEAREST NEIGHBOR*. Pascal books, 2021.
- [6] Indyah Hartami Santi, *ANALISA PERANCANGAN SISTEM*. Penerbit NEM, 2020.
- [7] R. Wati, “Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus : Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017),” *Ayan*, vol. 8, no. 5, p. 55, 2019.
- [8] I. F. P. Roni Habibi, Ferdy Berliano Putra, *Aplikasi kehadiran dosen menggunakan PHP OOP*. Kreatif industri nusantara, 2020.
- [9] R. K. Roni Habibi, *Tutorial membuat aplikasi sistem monitoring terhadap job desk operational human capital*. Kreatif industri nusantara, 2020.

- [10] R. Z. Anandhita, Kertahadi, and I. Suyadi, "ANALISIS ATAS DESAIN WEBSITE ECOMMERCE PADA ZGS GAME SHOP (Studi Kasus Pengguna Website Pada Mahasiswa Di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)," *J. Adm. Bisnis (JAB)*, vol. 9, no. 1, 2014, [Online]. Available: www.zgsgame.com.
- [11] A. Aco and A. H. Endang, "Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar," *J. Tek. Inform.*, vol. 2, pp. 1–13, 2017.
- [12] R. A. Haryanto, "Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonaldâ€™S Manado," *J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 1, no. 4, pp. 1465–1473, 2013, doi: 10.35794/emba.v1i4.2923.
- [13] M. Berliana and D. A. Zulestiana, "Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia," *REMIK (Riset dan E-Jurnal Manaj. Inform. Komputer)*, vol. 4, no. 2, p. 11, 2020, doi: 10.33395/remik.v4i2.10532.
- [14] T. Rachman, "Analisis Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Intervening Pada Pengguna Dompot Digital Dana," *J. Ekobis Dewantara*, vol. 5, no. 1, pp. 10–27, 2022.
- [15] O. M. Trisnawati and S. Fahmi, "Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking," *J. Manaj. Bisnis Indones.*, vol. 4, no. 2, pp. 174–184, 2017.
- [16] E. Suwandi, F. H. Imansyah, and H. Dasril, "Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome," *J. Tek. Elektro*, p. 11, 2018.
- [17] I. K. Swarjana, "Konsep Pengetahuan Sikap, Prilaku, Persepsi, Stres, Kecemasan, Nyeri, Dukungan Sosial, Kepatuhan, Motivasi, Kepuasan,

Pandemi Covid-19, Akses Layanan Kesehatan,” *Andi*, vol. 4, pp. 3–12, 2022.

- [18] Amirullah, “Populasi Dan Sampel (pemahaman, jenis dan teknik),” *Bayumedia Publ. Malang*, vol. 16, no. 4, pp. 293–303, 2015.
- [19] P. E. Setyo, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ‘Best Autoworks,’” *PERFORMA J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 1, no. 6, pp. 755–764, 2017.