

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SHOPEE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA POLITEKNIK NEGERI MEDAN

Adela Clarisa BR Tarigan<sup>1\*</sup>, Anggiat Parlindungan<sup>2</sup>, Mardhiatul Husna<sup>3</sup>,  
Vivianti Novita<sup>4</sup>, Edi Putra Berutu<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Politeknik Negeri Medan  
Email : adelatarigan@gmail.com\*

Abstrak	Info Artikel
<p><i>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Shopee terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Program Studi Manajemen Bisnis, Administrasi Niaga, dan Mice. Berdasarkan Google Forms yang telah disebar serta dapat dijangkau oleh peneliti, sebanyak 96 Responden. Metode penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner. Hasil kuesioner telah diuji Validitas dan reliabilitasnya juga telah di uji, berupa asumsi normalitas. Teknik analisis data menggunakan teknik uji normalitas, regresi sederhana. Dengan menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang di ajukan diterima karena menunjukkan hasil uji hipotesis positif dan signifikan. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan Shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.</i></p>	<p>Diajukan: 28-5-2024 Diterima: 3-8-2024 Diterbitkan : 25-09-2024</p>
<p><b>Abstract</b></p> <p><i>This research aims to determine the effect of Shopee service quality on consumer satisfaction among students of the Medan State Polytechnic Business Administration Department. The method used is a quantitative method. The population in this study were students from the Department of Business Administration, Business Management, Business Administration and Mice Study Program. Based on the Google Forms that have been distributed and can be reached by researchers, there were 96 respondents. The sample withdrawal method in this research uses the Slovin formula. Data collection was carried out using the questionnaire method. The questionnaire results have been tested. Their validity and reliability have also been tested, in the form of normality assumptions. The data analysis technique uses normality test techniques, simple regression. By using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) program. The research results show that the proposed hypothesis is accepted because it shows positive and significant hypothesis test results. This means that Shopee's service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction for students majoring in Business Administration, Medan State Polytechnic.</i></p>	<p><b>Kata kunci:</b> kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan</p> <p><b>Keywords:</b> service quality, customer satisfaction</p>
<p><b>Cara mensitasi artikel:</b> Tarigan, A.C.B., Parlindungan, A., Husna, M., Novita, V., &amp; Berutu, E.P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan. <i>IJEN: Indonesian Journal of Economy and Education Economy</i>, 2(3), 370-376. <a href="https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJEN">https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJEN</a></p>	

## PENDAHULUAN

Pada era milenial saat ini masyarakat semakin sering mencari sesuatu yang praktis dan serba mudah (instan) dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. seiring berkembangnya zaman, mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Perkembangan teknologi sangatlah pesat, hampir semua kegiatan menggunakan sistem online, salah satunya yaitu belanja online. Setiap Perusahaan menawarkan keunggulan kepada konsumen agar dapat bertahan pada perusahaan didalam aplikasi Shopee. Dengan semakin menarik dan menguntungkan sistem penjualan bagi konsumen maka keuntungan bagi Perusahaan akan semakin besar.

Shopee merupakan salah satu E-commerce terbaik dalam pengiriman produk, layanan pelanggan, dan keamanan platformnya. Pertama, Shopee telah terbukti handal dalam pengiriman produk kepada pelanggan. Selain itu, Shopee juga menyediakan sistem pelacakan yang memungkinkan pelanggan untuk melacak status pengiriman produk mereka dengan mudah. Shopee memiliki layanan pelanggan yang responsif dan efisien dengan menyediakan berbagai saluran komunikasi, termasuk live chat, telepon, dan email, sehingga pelanggan dapat menghubungi pihak Shopee untuk memperoleh bantuan atau menyelesaikan masalah yang mungkin mereka hadapi. Tim layanan pelanggan Shopee terlatih dengan baik untuk menangani berbagai pertanyaan dan masalah yang timbul dengan cepat dan efektif. Mereka menggunakan teknologi keamanan canggih untuk melindungi data pribadi dan keuangan pelanggan mereka dari akses yang tidak sah. Selain itu, Shopee juga aktif dalam memerangi penipuan dan aktivitas ilegal lainnya yang mungkin terjadi di platform mereka, dengan melakukan verifikasi penjual dan memonitor transaksi secara teratur. Mereka memiliki proses seleksi penjual yang ketat dan memberikan peringkat serta ulasan dari pelanggan untuk membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang lebih terinformasi. Hal ini menciptakan kepercayaan yang tinggi di antara pengguna Shopee terhadap produk yang mereka beli.

Shopee sering memberikan penawaran dan promosi yang menarik kepada pelanggan dengan mengadakan berbagai acara penjualan besar seperti Shopee 9.9 Super Shopping Day atau Shopee 11.11 Big Sale, yang menawarkan diskon besar-besaran dan penawaran khusus kepada pelanggan. Hal ini membuat Shopee menjadi tujuan belanja *online* yang populer bagi banyak konsumen. Saat ini industri *E-commerce* Shopee bersaing dengan ketat untuk menarik perhatian konsumen dengan melakukan *discount*, *flash sale* dan *free ongkir* tanpa minimal belanja agar konsumen merasa puas. Dikarenakan banyaknya *E-commerce* baik lokal maupun internasional, membuat industri semakin ramai yang menimbulkan persaingan yang ketat. Pada tanggal dan bulan tertentu, *E-commerce* melakukan diskon besar-besaran sampai hadiah barang-barang mahal secara cuma-cuma.

Kegiatan *flash sale* melibatkan produsen barang yang sudah bekerja sama kepada pelaku usaha untuk melakukan kegiatan tersebut. Pertumbuhan yang pesat dari toko *online* telah mendorong persaingan yang hebat diantara penjual *E-Commerce* yang semakin melihat pengalaman pelanggan sebagai sesuatu yang penting. dengan kondisi pasar yang dinamis dan persaingan yang kompetitif menjadikan *E-commerce* menjadi jalan alternatif bisnis di era modern mengakibatkan perubahan pada perilaku konsumen. Dengan semakin banyaknya Masyarakat yang mengenal perdagangan via internet melalui *smartphone* membuat Perusahaan *E-Commerce* memiliki kesempatan yang besar untuk berkembang pesat di Indonesia.

Menurut loudon pengertian *E- Commerce* adalah suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari Perusahaan ke Perusahaan lain, transaksi bisnis yang dilakukan menggunakan komputer sebagai perantaranya. Cara memasarkan produk melalui *E-commerce* dinilai sangat mudah dan praktis, penjualnya hanya tinggal mengunggah foto deskripsi dari barang yang dijual. dengan begitu calon pembeli bisa dengan mudah menemukan barang yang diinginkan hanya dengan mengetik nama atau merk suatu barang tersebut. Mulai dari barang murah sampai ke barang barang mahal seperti sepeda motor tersedia dan bisa dibeli di *E-commerce*. Pengiriman barang melalui *E-commerce* juga cenderung mudah. Program gratis ongkos kirim oleh *E-commerce* hampir ada setiap hari dan penjual hanya tinggal memilih *pick up by* kurir atau mengantarkan sendiri ke *counter ekspedisi*.

Shopee merupakan salah satu *E-commerce* paling terkenal di Indonesia. Dilansir dari situs ekonomi.bisnis.com, jumlah pengguna Shopee di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 93 Juta pengguna, ini membuat Shopee menjadi *E-commerce* dengan pengguna terbanyak di Indonesia pada 2020, menggeser Tokopedia yang berada pada peringkat 1 pada 2019 lalu. Pada 2021-Kuartal 1, jumlah pengguna Shopee di Indonesia mencapai 127,4 juta pengguna. Shopee memberikan pelayanan kepada konsumen melalui aplikasi mereka, jika ada keluhan atau pertanyaan bisa menghubungi ke *customer service* mereka, maka pertanyaan atau keluhan tersebut akan direspon oleh pihak Shopee. Shopee sendiri juga membuka layanan *customer care* pada nomor *customer service* 1500702. *Customer* juga bisa menghubungi *customer service* Shopee melalui *direct message* atau DM ke akun Twitter mereka @ShopeeCare atau bisa dengan melalui link [shopee.co.id/shopeecs](https://shopee.co.id/shopeecs).

Oleh karena itu, Perusahaan saat ini berlomba-lomba menyediakan layanan *online* sebagai pengganti atau tambahan untuk layanan *offline* yang tradisional. Namun, meski meningkatnya jumlah pelanggan belanja *online*, *E-commerce* terbukti lebih rumit dibandingkan cara tradisional dalam berbisnis. Dengan meningkatkan kualitas *E-commerce* merupakan sebagai salah satu *factor* kunci menuju kesuksesan atau kegagalan dalam rantai pasokan *E-commerce*. Jika *E-commerce* Shopee dapat memberikan pelayanan yang tepat dan sesuai dengan harapan konsumen, maka Shopee akan memiliki persepsi baik di mata konsumen. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelayanan yang diberikan sesuai dan tepat, Shopee menyediakan beberapa jaminan yang bertujuan untuk memberikan keamanan dan kenyamanan bagi pengguna mereka. Salah satu jaminan yang ditawarkan adalah jaminan uang kembali. Jika pengguna mengalami masalah dengan pesanan mereka, seperti barang tidak sampai atau tidak sesuai dengan deskripsi, Shopee menawarkan jaminan bahwa pengguna akan mendapatkan pengembalian dana penuh.

Dalam konteks pengalaman konsumen di *platform E-commerce* shopee, fenomena masalah Sebuah contoh nyata kekecewaan konsumen terhadap aplikasi Shopee bisa terjadi saat seorang konsumen memesan sebuah sepatu dengan deskripsi yang menjanjikan sepatu tersebut baru dan asli. Namun, ketika barang tersebut diterima, konsumen menemukan bahwa sepatu tersebut bukanlah sepatu baru, melainkan sepatu rekondisi atau *refurbished*. Konsumen menghubungi layanan pelanggan Shopee untuk mengajukan keluhan dan meminta pengembalian dana atau pertukaran barang. Namun,

respon dari pihak Shopee kurang memuaskan hati konsumen. Mereka tidak memberikan jaminan pengembalian dana yang jelas atau memberikan solusi yang memuaskan. Selain itu, konsumen juga merasa bahwa pihak Shopee tidak sepenuhnya memahami kekecewaan dan ketidaknyamanan yang dialami oleh konsumen akibat pembelian yang tidak sesuai dengan harapan. Terakhir, konsumen juga merasa kecewa karena bukti fisik yang tidak sesuai dengan deskripsi produk. Mereka mengharapkan sepatu baru sesuai dengan gambar dan deskripsi yang ditampilkan di aplikasi Shopee, namun kenyataannya tidak demikian. Fenomena ini menciptakan ruang untuk penelitian lebih lanjut tentang dampaknya terhadap kepuasan konsumen. Dengan fenomena tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi shopee.

## **METODE**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif atau menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menemukan pengetahuan menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan-keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif (statistik) dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

1. Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas atau variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi atau menjelaskan dan menerangkan variabel lain. Variabel independent dalam penelitian ini adalah: Keandalan dalam bentuk penggantian nama akun shopee konsumen ( $X_1$ ) dan daya tanggap berupa kecepatan aplikasi shopee dalam menanggapi dan menyelesaikan keluhan konsumen dalam penggunaan aplikasi shopee ( $X_2$ )
2. Dalam penelitian ini menggunakan variabel terikat atau Variabel dependent merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya perubahan variabel bebas. Variabel dependent dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen ( $Y$ )

Kepuasan konsumen di dalam penelitian ini diartikan sebagai respon konsumen yang dirasakan antara harapan dengan kinerja toko online shopee kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 3 indikator yang meliputi: kinerja pelayanan, kualitas produk, dan harga.

Penyelesaian penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif, dalam penelitian ini, analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian kedalam bentuk angka-angka dengan menggunakan skala likert. Dengan alternatif pilihan 1 sampai dengan 5 jawaban pertanyaan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan. Jumlah responden yang digunakan ialah sebanyak 96. Karakteristik responden yang penulis dapatkan ialah meliputi Semester Perkuliahan dan Kelas

Mahasiswa. Pengetahuan tentang karakteristik responden Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud maka disajikan berikut ini:

**Karakteristik berdasarkan semester perkuliahan Responden**

Analisis Karakteristik berdasarkan semester perkuliahan responden dimaksudkan mengetahui semester rata-rata responden dalam penelitian ini

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester**

Semester	Jumlah	Perentase (%)
Semester 2	30	31%
Semester 4	25	26%
Semester 6	25	26%
Semester 8	16	17%
Total	96	100%

Sumber : Data yang diolah Peneliti 2024

Dari tabel 1 diatas menunjukkan bahwa dari 96 responden yang dijadikan sample dalam penelitian ini diketahui diantara semester 2,4,6, sampai 8. Responden yang semester 2 sebanyak 30 orang (31%), semester 4 sebanyak 25 orang (26%), semester 6 sebanyak 25 orang (26%), semester 8 sebanyak 16 (17%). Responden semester 2 dengan presentase 31% mendominasi dalam penelitian.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi**

Analisis ini ditunjukkan untuk mengetahui asal program studi responden

**Tabel 2 Karakteristik Berdasarkan Prodi**

Program Studi	Jumlah	Presentase (%)
AB	26	27%
MB	41	43%
MICE	29	30%
Total	96	100%

Dari gambar 2 diatas menunjukkan bahwa dari 96 responden yang dijadikan sample dalam penelitian ini diketahui diantara program studi AB, MB, MICE. Responden yang Program Studi AB sebanyak 26 orang (27%), MB sebanyak 41 orang (43%), MICE sebanyak 29 orang (30%). Responden Program Studi MB dengan presentase 43% mendominasi dalam penelitian.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas Responden**

Anaalisis ini ditujukan untuk mengetahui kelas responden

**Tabel 3 Karakteristik Berdasarkan Kelas Responden**

Kelas Responden	Jumlah	Precentage (%)
A	30	31%
B	23	24%
C	5	5%
D	11	12%
E	12	13%
F	5	5%
G	2	2%
H	8	8%
Total	96	100%

Sumber : Data yang diolah peneliti 2024

Dari tabel 3 diatas menunjukkan bahwa dari 96 responden yang dijadikan sample dalam penelitian ini diketahui diantara kelas A, B, C, D, E, F, G, H. Responden yang berasal dari kelas A sebanyak 30 orang (31%), B sebanyak 23 orang (24%), C sebanyak 5 orang (5%), D sebanyak 11 orang (12%), E sebanyak 12 orang (13%), F sebanyak 5 orang (5%), G sebanyak 2 orang (2%), H sebanyak 8 orang (8%). Responden dari kelas A dengan presentase 31% mendominasi dalam penelitian.

#### **Deskripsi data variable penelitian**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner online terhadap 96 responden, ditemukan jawaban responden terhadap masing-masing variable dengan rentang skor jawaban 5-1.

Dari hasil persebaran kuesioner diketahui bahwa yang paling banyak mengisi kuesioner adalah mahasiswa semester 2A dari Program Studi Manajemen Bisnis. Dari hasil tanggapan responden pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan kategori sangat setuju skor tertinggi dimiliki oleh dimensi efisiensi dengan pernyataan "Saya merasa bahwa layanan pelanggan Shopee responsif terhadap masalah atau pertanyaan yang saya ajukan" Responden sangat setuju bahwa Shopee sangat membantu konsumen konsumen dalam menghadapi segala keluhan yang dihadapi konsumen seperti contoh barang dyang tidak sesuai dengan deskripsi maka pihak Shopee akan membantu konsumen dalam pengembalian uang belanja.

Dalam variabel kepuasan Konsumen menunjukkan kategori sangat setuju dengan indikator pernyataan "Saya merasa puas karena dapat menemukan produk yang saya cari di aplikasi Shopee". Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dan responden sudah sangat puas dengan kualitas pelayanan dan semua yang Shopee sajikan untuk konsumen sehingga kepuasan puas dan memutuskan untuk melakukan pembelian ulang di *E-Commerce* lain yang ada di indoneisa, ini menjadi bukti bahwa konsumen ]sangat puas dengan Shopee.

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Pengaruh yang di berikan variabel bebas dan variabel terikat tersebut bersifat positif artinya semakin tinggi kualitas pelayanan tersebut bersifat positif maka mengakibatkan semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang di hasilkan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Rita Dwi Saputri (2022) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen shopee indoneisa. (Studi Kasus pada mahasiswa universitas islam riau yang pernah melakukan pembelian online melalui *e-commerce* shopee). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan hasil perhitungan uji-t dengan bantuan SPSS 24 for windows dan diperoleh uji-t sebesar 12.444 sedangkan pada t-tabel dengan taraf signifikan 5% (0,05) adalah sebesar 1,661 yang berarti bahwa nilai t-hitung sebesar  $12.444 > t\text{-tabel}$  ( $12.444 > 1,661$ ) dan signifikan  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,005$ ) hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Selain itu diperoleh juga persamaan regresi  $\hat{Y} = 2,427 + 0,176X$ . Persamaan tersebut sesuai dengan rumus regresi linear sederhana yaitu  $\hat{Y} = a + bX$ . Ini mengandung implikasi bahwa kualitas pelayanan online shopee berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen shopee indonesia pada mahasiswa Jurusan Administrasi Politeknik .

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yaitu dengan peneliti Martina Rahmawati Masitoh, Hermansyah Andi Wibowo & Deni Sunaryo (2018). Dengan judul penelitian “pengaruh kualitas pelayanan kepuasan dan kepercayaan merek terhadap niat pembelian ulang di toko online Tokopedia/*Structural Equation Modeling*” dapat dilihat dipenelitian tersebut mengambil situs Tokopedia sedangkan pada penelitian ini mengambil marketplace Shopee. Tetapi hasil penelitiannya sama sama menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Mahasiswa Semester 2 Prodi Manajemen Bisnis Kelas B memiliki presentase terbesar dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
3. Kinerja pelayanan yang diberikan oleh Shopee baik dan memenuhi harapan konsumen, maka kepuasan konsumen akan meningkat secara signifikan.

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran penelitian ini sebagai berikut:

1. Diharapkan agar pihak Shopee senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan guna memberikan kepuasan bagi konsumen.
2. Sebaiknya pihak Shopee harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah memberikan kepuasan bagi konsumen. Terutama pelayanan pengembalian barang rusak atau tidak sesuai pesanan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Agustin, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelayanan
- Ajijah, J. H. & Selvi, E. (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Perangkat Desa.
- Asriadi, A. A. & Firmansyah, Nailah, H. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Ternak Ayam Petelur Di Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.
- Faturachman, D. (2022). Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Berbelanja Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam.
- Govinaza, A. & Budiani, M. S. (2022). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba X.
- Millah, A. S & Apriyani & Dede Arobiah (2023). Analisis Data Dalam Penelitian Tindakan Kelas.
- Mulyanti, F. (2021). Pengaruh *Coupon Bond, Modified Duration* Ddan Peringkat Terhadap Harga Obligasi Korporasi Perusahaan Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)
- Nurakhmawati, R. & Purnamawati, A & Fahmi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan *E-Commerce* Shopee Terhadap Kepuasan Melalui Kepuasan Pembelian.

- Oktaviani, V & Widiyana, I, P. (2023). Peranan Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di *Coffe Shop* Sanatana *Cofee & Eatery*.
- Permana, H. D. & Anindya, A. H. & Dian, N. & Ariep, J. (2021). Evaluasi Kinerja Sistem Aplikasi E-Commerce Shopee Menggunakan Metode Pieces Framework.
- Sujudi, M. S & Idris, T. & Suryanti. &Peny, H. H. (2020). Profil Kemampuan Literasi Sains Siswa SMP Islam AS-SHOFA Kota Pekanbaru Berdasarkan PISA.
- Suwarsa, T. & Achia, R. H. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020
- Sugiyono. (2019). Statistika Untuk Penelitian.
- Saputra, S & Adinda, S. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Post SERVICE Follow Up (PSFU) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Astra Iinternational. TBK-Toyota Sales Operation (TSO) AUTO2000 Cabang Pasteur Kota Bandung.
- Saputri, R. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia.
- Sari, Y. P. (2019). Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga Dan Suku Bunga Kredit Terhadap Penyaluran Kredit Pada PT. Bank Prmbangunan Daerah Jawa Timur TBK. Cabang Kkangean.
- Setiani, Y. C & Titing, S. & Immas, N. (2022). Pengaruh Doa, DER DAN EPS Terhadap Harga Saham Pada Subsektor Pertambangan.
- Virgiawan, R. D. (2020). Flash Sale Pada E-Commerce Dalam Konteks Peraturan Perundang - undangan Di Indonesia.
- Visaka & Canggih, G. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sshopee (Studi Pengguna Shopee).