

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, GRATIS ONGKIR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BUKALAPAK (Studi kasus pada mahasiswa feb di universitas tridinanti Palembang).

SKRIPSI

***Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-
Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Manajemen***



Diajukan oleh:

MUHAMMAD SATRIO MUAZIRIN LAIS

NPM. 2101110125

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2025

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Satrio Muazirin Lais
Nomor Pokok/NPM : 2101110125
Jurusan / Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Srata 1
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS, PELAYANAN GRATIS
ONGKIR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA BUKALAPAK
(Studi kasus pada mahasiswa feb di universitas tridinanti
palembang).

Pembimbing Skripsi

Tanggal 12/01/26 Pembimbing I : Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, MM
NIDN.0212116401

Tanggal 14/01/26 Pembimbing II : Syahyuni, SE., M.M.
NIDN.0226106101

Mengetahui,

Dekan

Ketua Prodi Manajemen

Tanggal 14/01/2026

Tanggal 14/01/2026

Dr. Hj. Misy Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN.0205026401

Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si
NIDN.0226028303

183

/PS/DFEB/

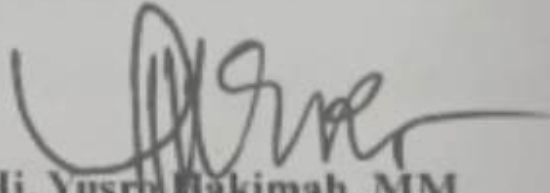
125

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

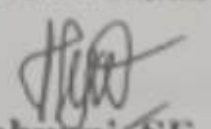
Nama : Muhammad Satrio Muazirin Lais
Nomor Pokok / NPM : 2101110125
Jurusan / Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Srata 1
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, GRATIS
ONGKIR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA BUKALAPAK
(studi kasus pada mahasiswa di feb di universitas
palembang)

Penguji Skripsi
Tanggal ^{12/26}/₀₁ Ketua Penguji


: Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, MM

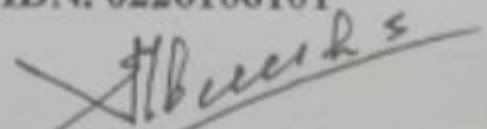
NIDN. 0212116401

Tanggal ^{14/26}/₀₁ Penguji I


: Syahyuni, SE., M.M

NIDN. 0226106101

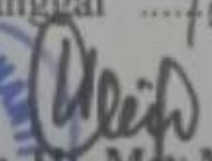
Tanggal ^{14/2026}/₀₁ Penguji II


: H. Hisbullah Basri, SE., M.Si

NIDN.0212016201

Mengesahkan :

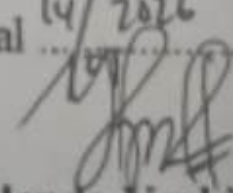
Dekan
Tanggal ^{14/2026}/₀₁


: Dr. H. Msy Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS

NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen

Tanggal ^{14/2026}/₀₁


: Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.,Si

NIDN : 0205026401



183

/PS/DFEB/

25
ii

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Satrio Muazirin Lais
Nomor Pokok/NPM : 2101110125
Angkatan : 2021
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan,Gratis Ongkir Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Feb Di Universitas Palembang)

Menyatakan bahwa skripsi ini telah dibuat dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, 12 - 4 - 2025

Peneliti,



Muhammad Satrio Muazirin Lais

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
HALAMAN PERSETUJUAN REVISI PROPOSAL	<i>I</i>
KATA PENGANTAR	<i>V</i>
DAFTAR TABEL	<i>X</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>XI</i>
BAB I PENDAHULUAN	<i>XIII</i>
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	<i>1</i>
1.2 RUMUSAN MASALAH	<i>7</i>
1.3 TUJUAN PENELITIAN	<i>8</i>
1.4 MANFAAT PENELITIAN	<i>8</i>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	<i>10</i>
2.1 KAJIAN TEORITIS	<i>10</i>
2.1.1 Kualitas Pelayanan	<i>10</i>
2.1.2 Gratis Ongkir	<i>14</i>
2.1.3 kualitas produk	<i>19</i>
2.1.4 Kepuasan konsumen	<i>23</i>
2.2 PENELITIAN LAIN YANG RELEVAN	<i>28</i>
2.3 KERANGKA KONSEPTUAL	<i>32</i>
2.4 HIPOTESIS PENELITIAN	<i>35</i>
BAB III METODE PENELITIAN	<i>36</i>
3.1 TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN	<i>36</i>
3.1.1 Tempat Penelitian	<i>36</i>
3.1.2 Waktu penelitian	<i>37</i>
3.2 SUMBER DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA	<i>38</i>
3.2.1 Sumber Data	<i>38</i>
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	<i>38</i>

3.3 POPULASI, SAMPEL DAN SAMPLING	40
3.3.1 <i>Populasi</i>	40
3.3.2 <i>Sampel</i>	41
3.3.3 <i>Sampling</i>	42
3.4 RANCANGAN PENELITIAN	43
3.5 VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	45
3.5.1 <i>Variabel penelitian</i>	44
3.5.2 <i>Definisi operasional variabel</i>	45
3.6 INSTRUMEN PENELITIAN	49
3.7 UJI INSTRUMEN PENELITIAN	50
3.7.1 <i>Uji Validitas</i>	50
3.7.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	50
3.8 TEKNIK ANALISIS DATA	51
3.8.1 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	49
3.8.2 <i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	50
3.8.3 <i>Analisis Koefisien Korelasi</i>	51
3.8.4 <i>Koefisien Determinasi</i>	54
3.9 PENGUJIAN HIPOTESIS	55
3.9.1 <i>Uji Secara Simultan (Uji F)</i>	55
3.9.2 <i>Uji Secara Parsial (Uji t)</i>	54
3.10 SISTEMATIKA PENULISAN	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 HASIL PENELITIAN	58
4.2 INTERPRESTASI DAN PEMABAHASAN	58
4.2.1 <i>Karakteristik Responden</i>	58
4.2.1.1 <i>Karakteristik Berdasarkan Umur</i>	59
4.2.1.2 <i>Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	60
4.3 UJI INSTRUMENT PENELITIAN.....	61
4.3.1 <i>Hasil Uji Validitas.....</i>	61
4.3.2 <i>Hasil Uji Reliabilitas</i>	62
4.4 UJI ASUMSI KLASIK	63
4.4.1 <i>Hasil Uji Normalitas</i>	63
4.4.2 <i>Hasil Uji Heteroskedastistas</i>	64
4.4.3 <i>Hasil Uji Multikoloneritas</i>	65
4.5 UJI ASUMSI STATISTIK.....	66
4.5.1 <i>Hasil Analisis Regresi Linear Berganda</i>	68

4.5.2	<i>Hasil Analisis Koefisien Korelasi (R)</i>	69
4.5.3	<i>Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)</i>	70
4.6	UJI HIPOTESIS	74
4.6.1	<i>Hasil Uji Simultan (Uji F)</i>	74
4.6.2	<i>Hasil Uji Parsial (Uji T)</i>	75
4.7	PEMBAHASAN	76
4.7.1	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Gratis Ongkir dan Kualitas Produk Terhadap parsial Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak (Studi kasus pada mahasiswa Falkultas Ekonomi Dan Bisnis di universitas tridinanti Palembang)</i>	76
4.7.2	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak (Studi kasus pada mahasiswa Falkultas Ekonomi Dan Bisnis di universitas tridinanti Palembang)</i>	77
4.7.3	<i>Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak (Studi kasus pada mahasiswa Falkultas Ekonomi Dan Bisnis di universitas tridinanti Palembang)</i>	78
4.7.4	<i>Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak (Studi kasus pada mahasiswa Falkultas Ekonomi Dan Bisnis di universitas tridinanti Palembang)</i>	79
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1	KESIMPULAN	82
5.2	SARAN	82

DAFTAR TABEL

<i>Tabel</i>	<i>Halaman</i>
<i>Tabel 1.1 Top Brand Index Data e-commercediindonesia.....</i>	<i>2</i>
<i>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu PenelitianLainYangRelevan.....</i>	<i>28</i>
<i>3.1 Waktu Penelitian</i>	<i>36</i>
<i>Variabel Penelitian dan Definisi operasional</i>	<i>36</i>
<i>Skor Nilai</i>	<i>49</i>
<i>Interprestasi Nilai (r)</i>	<i>53</i>
<i>Identitas Responden Berdasarkan Umur</i>	<i>59</i>
<i>Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	<i>60</i>
<i>Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan(X1).....</i>	<i>61</i>
<i>Hasil Uji Validitas Variabel Gratis Ongkir (X2)</i>	<i>62</i>
<i>Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3)</i>	<i>63</i>
<i>Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)</i>	<i>64</i>
<i>Hasil Pengujian Uji Reliabilitas.....</i>	<i>65</i>
<i>Hasil Pengujian Normalitas</i>	<i>66</i>
<i>Hasil Pengujian Uji Multikolonearitas</i>	<i>70</i>
<i>Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda</i>	<i>72</i>
<i>Tabel 4.11 Hasil Analisis Koefisien Korelasi (R)</i>	<i>73</i>
<i>Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R2)</i>	<i>74</i>
<i>Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F)</i>	<i>75</i>
<i>Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji T)</i>	<i>77</i>

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2.1 Kerangka Berpikir</i>	<i>33</i>
<i>Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot</i>	<i>68</i>
<i>Gambar 4.2 Hasil Uji Heterosdekastisitas</i>	<i>69</i>

ABSTRAK

MUHAMMAD SATRIO MUAZIRIN LAIS, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Gratis Ongkir Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak (studi kasus pada mahasiswa feb di tridinanti Palembang). (Di Bawah Bimbingan Ibu Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, MM Dan Ibu Syahyuni, SE., M.M) _____

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan, Gratis Ongkir Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak (studi kasus pada mahasiswa feb di tridinanti Palembang). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 72 orang responden dari Mahasiswa Feb di Tridinanti Palembang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Gratis Ongkir dan Kualitas Produk pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak (studi kasus pada mahasiswa feb di tridinanti Palembang) dengan nilai sig F $0,000 < 0,05$ dengan persamaan regresi linear berganda $Y = 2,015 + 0,577X_1 + 0,038X_2 + 0,296X_3$. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak dengan nilai sig sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Gratis Ongkir memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak dengan nilai sig sebesar $0,673 < \alpha = 0,05$. Kualitas Produk memiliki pengaruh secara Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak dengan nilai sig sebesar $0,004 < \alpha = 0,05$.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Gratis Ongkir, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

MUHAMMAD SATRIO MUAZIRIN LAIS, The Influence of Service Quality, Free Shipping, and Product Quality on Customer Satisfaction on Bukalapak (A Case Study on FEB Students at Tridinanti University Palembang). (Under the Supervision of Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, MM and Syahyuni, SE., MM)

This study aims to determine whether there is an influence of Service Quality, Free Shipping, and Product Quality on Customer Satisfaction on Bukalapak (a case study on FEB students at Tridinanti University Palembang). The sample in this research consisted of 72 respondents from FEB students at Tridinanti University Palembang. The analytical technique used was multiple linear regression analysis, processed with the assistance of the Statistical Product and Service Solution (SPSS) software version 25.

The results of the study show that Service Quality, Free Shipping, and Product Quality simultaneously influence Customer Satisfaction on Bukalapak (a case study on FEB students at Tridinanti University Palembang), with a significance value of $F = 0.000 < 0.05$ and a multiple linear regression equation of $Y = 2.015 + 0.577X_1 + 0.038X_2 + 0.296X_3$. Service Quality has a partial effect on Customer Satisfaction on Bukalapak with a significance value of $0.000 < \alpha = 0.05$. Free Shipping has no partial effect on Customer Satisfaction on Bukalapak with a significance value of $0.673 > \alpha = 0.05$. Product Quality has a partial effect on Customer Satisfaction on Bukalapak with a significance value of $0.004 < \alpha = 0.05$.

Keywords: Service Quality, Free Shipping, Product Quality, Customer Satisfaction

RIWAYATHIDUP

MUHAMMAD SATRIO MUAZIRIN LAIS, dilahirkan di kota Palembang pada tanggal 20 Juli 2003 dari pasangan Bapak Indra Widjaja Lais (Alm) dan Ibu Indriyani. Anak ke 2 dari 2 bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2015 di Sekolah Dasar MIN 1 Kota Palembang. Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2018 di SMPN 55 Kota Palembang. Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2021 di SMK Negeri 1 Kota Palembang.

Pada tahun 2021 melanjutkan Pendidikan ke Program Studi Strata I Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 2025

Muhammad Satrio Muazirin Lais

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola belanja masyarakat secara signifikan. Toko daring sebagai salah satu hasil dari kemajuan teknologi, banyaknya pengguna daring yang terus bertumbuh setiap tahunnya memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan toko daring, sehingga adanya ***internet*** dapat mempermudah pengguna untuk mengakses berbagai produk dan layanan secara daring tanpa Batasan Ekasari, (2020). Jadi toko daring di Indonesia semakin tumbuh pesat seiring dengan meningkatnya penetrasi daring dan penggunaan ***smartphone***.

Meningkatnya pengguna internet di Indonesia menciptakan peluang pasar yang sangat menjanjikan bagi perusahaan industri toko daring, hal ini mendorong timbulnya berbagai toko daring dan lokapasar besar dengan investasi yang signifikan, seperti shopee, bukalapak, lazada, blibli, dan tokopedia Oktaviani, (2022). Setiap ***platform*** ini menawarkan cara yang praktis untuk mencari dan membeli barang sesuai dengan kategori yang diinginkan

Bukalapak merupakan salah satu platform yang lebih mengutamakan pengalaman pengguna melalui aplikasi ***mobile***, sehingga memudahkan konsumen untuk mencari, membeli, dan menjual produk langsung melalui ponsel mereka. di bukalapak, pengguna dapat membeli atau menjual berbagai produk, mulai dari gaya

berpakaian, elektronik, gadget, kosmetik, hingga barang otomotif. Aplikasi bukalapak juga dilengkapi dengan fitur *live chat*, sosial *sharing* (berbagi), serta kata kunci yang memudahkan komunikasi antara penjual dan pembeli.

Keberadaan Bukalapak tidak hanya memberikan kemudahan dalam berbelanja, tetapi juga menawarkan berbagai promo dan diskon yang menarik. Febrianto *et al.*, (2021) menyatakan bahwa diskon berpengaruh penting terhadap kepuasan pembelian pelanggan sehingga dapat meningkatkan daya beli konsumen. Selain itu bukalapak juga memberikan pelayanan pelanggan yang baik dan sistem pengiriman yang efisien, yang membantu membangun kepercayaan di kalangan pembeli (Permana *et al.*, 2024). Dengan beragam pilihan produk dan pelayanan yang memuaskan, Bukalapak telah menjadi salah satu pilihan utama bagi banyak orang dalam berbelanja daring di Indonesia. Berikut data top brand index data pada *e-commerce* yang berada di Indonesia:

Tabel 1.1

Top Brand Index Data *e-commerce* di indonesia

NO	BRAND	2021 Jumlah Index	2022 Jumlah Index	2023 Jumlah Index
1	Shopee.co.id			
2	Tokopedia.com	41,80%	43,70%	45,80%
3	Lazada.co.id	16,70%	14,90%	11,30%
4	Bukalapak.com	15,20%	14.70%	15,10%
5	Blibli.com	9,50%	8.10%	4.70%
		8,10%	10.10%	10.60%

Sumber : Top Brand Award (2021-2023)

Berdasarkan tabel yang diatas, dapat disimpulkan bahwa Bukalapak mengalami penurunan yang konsisten selama tiga tahun berturut-turut. Pada tahun 2021, bukalapak mencatatkan persentase pertumbuhan sebesar 9,50%, namun angkanya mengalami penurunan signifikan menjadi 8,10% pada tahun 2022. Trend penurunan ini terus berlanjut pada tahun 2023, dengan angka yang semakin mengecil menjadi 4,70%. Penurunan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti semakin ketatnya persaingan di pasar belanja daring, perubahan perilaku konsumen, serta tantangan yang dihadapi Bukalapak dalam mempertahankan daya tarik dan inovasi untuk bersaing dengan *platform* belanja daring besar lainnya. Selain itu, faktor eksternal seperti dampak ekonomi *global* dan pandemi juga bisa memainkan peran dalam turunnya angka pertumbuhan ini. Berikut variabel (Y) yang saya teliti yaitu kepuasan konsumen.

Menurut (Zeithaml et al., 2018) menyatakan bahwa kepuasan konsumen mencerminkan evaluasi emosional jangka pendek terhadap suatu pengalaman konsumsi. Mereka menekankan bahwa kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh produk, tetapi juga oleh proses pelayanan, interaksi, dan konteks pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Dalam penelitian lain, (Tjiptono, 2022) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil dari persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dalam konteks Indonesia, Tjiptono menekankan bahwa kepuasan juga sangat dipengaruhi oleh faktor budaya dan personalisasi layanan. Sedangkan Menurut (Setiawan et al., 2023), kepuasan konsumen merupakan persepsi menyeluruh terhadap pengalaman pembelian dan konsumsi.

Mereka menyoroti bahwa konsumen saat ini lebih kritis dan menuntut pengalaman yang cepat, nyaman, serta sesuai dengan nilai-nilai pribadi seperti keberlanjutan dan etika.

(Khan et al., 2023) dalam studi *internasional* menekankan bahwa kepuasan tidak hanya ditentukan oleh produk, tetapi juga oleh dukungan layanan purna jual, komunikasi yang responsif, dan perasaan dihargai sebagai pelanggan. Mereka mendefinisikan kepuasan sebagai *“a multi-dimensional response influenced by functional performance, emotional fulfillment, and relational trust.”*

Beberapa penelitian menunjukkan faktor yang mempengaruhi signifikan kepuasan konsumen antara kualitas pelayanan dan kualitas produk ialah (Nisa, 2023) dan (Arisandi et al., 2021) Namun terdapat temuan (Angelina et al., 2024) yang mengemukakan bahwa kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan kualitas produk. Berikut variable (X1) yang saya teliti yaitu kualitas pelayanan :

Menurut (Rifani et al., 2021) Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen Pelayanan. dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat. Sedangkan Menurut (Novinda, 2017) Berpendapat Kualitas pelayanan adalah elemen-elemen, yang meliputi usaha memenuhi kebutuhan, kualitas mencakup produk, jasa, manusia dan lingkungan, kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Temuan peniliti (Setyawati, 2023), mengemukakan bahwa Kualitas pelayanan dalam Perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini juga di dukung dengan temuan penelitian terdahulu oleh (Amarin et al., 2021) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun terdapat temuan (Budiarno et al., 2022) yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Berikut sumbu (X2) yang saya teliti yaitu Gratis Ongkir :

Menurut (Istiqomah et al., 2020) Gratis Ongkir adalah layanan pengiriman barang yang biayanya ditanggung oleh pembeli, di mana biaya pengiriman produk tersebut tidak dibebankan kepada penjual, sehingga pembeli bertanggung jawab sepenuhnya atas seluruh biaya pengiriman yang timbul dari proses pengantaran produk ke alamat tujuan. Gratis ongkir merupakan strategi promosi yang diberikan kepada pembeli untuk menarik minat pembelian serta menarik perhatian konsumen agar melakukan kepuasan pembelian, strategi ini juga dapat meringankan pelanggan terhadap jumlah ongkos kirim pelanggan yang sangat mahal (Resta et al., 2024). Akan tetapi gratis ongkir hanya berlaku pada periode-periode tertentu dan memiliki syarat dan ketentuan yang berlaku, pada umumnya masih banyak konsumen yang memiliki keraguan untuk melakukan belanja melalui internet karena biaya ongkos kirim yang terkenal mahal, Maka dari itu shopee memberikan voucher gratis ongkir untuk meningkatkan perhatian pelanggan.

Temuan Peneliti (Sundari et al., 2023) Gratis Ongkir tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun terdapat temuan (Setio et al., 2024).

gratis ongkir berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Berikut sumbu (X3) yang saya teliti yaitu Kualitas Produk :

Menurut (Novianti et al., 2021) Kualitas produk merupakan salah satu komponen penting dalam menciptakan maupun mempertimbangkan strategi dalam suatu perusahaan, apabila kualitas produk yang dihasilkan bagus maka akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli suatu produk, sebaliknya jika kualitas produk buruk atau tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan beralih pembeliannya pada produk yang sejenis lainnya.

Menurut (Harjadi, 2021) kualitas produk adalah kemampuan, totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat oleh perusahaan. Dan menurut (Keller, 2021) kualitas produk adalah keseluruhan fitur dan karakteristik produk yang mengandung kemampuan untuk memuaskan hal yang sudah dinyatakan dalam produk sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan

Temuan peneliti (Sayedi et al., 2023), menyatakan bahwa kualitas produk dalam perusahaan harus terus dikembangkan karena dapat meningkatkan kepuasan pembelian. Hal ini juga di dukung dengan temuan penelitian terdahulu oleh (Lestari et al., 2021) dan (Novel et al., 2022). mengemukakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin baik kualitas produk dalam perusahaan akan meningkatkan kepuasan konsumen suatu produk atau jasa. Namun terdapat temuan (Izzuddin et al., 2020) yang

mengemukakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengangkat masalah tersebut adapun judul penelitian yang akan dilakukan adalah “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, GRATIS ONGKIR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BUKALAPAK” (*Studi kasus pada mahasiswa feb di universitas tridinanti*).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, gratis ongkir dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada bukalapak di Universitas Tridinanti Palembang?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak di Universitas Tridinanti Palembang?
3. Apakah terdapat pengaruh Gratis ongkir secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak di Universitas Tridinanti Palembang?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak di Universitas Tridinanti Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh kualitas pelayanan, Gratis Ongkir dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada bukalapak” (Studi kasus pada mahasiswa di universitas tridinanti).
2. Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pembelian pada bukalapak” (Studi kasus pada mahasiswa di universitas tridinanti).
3. Pengaruh Gratis Ongkir secara parsial Terhadap kepuasan konsumen pada bukalapak” (Studi kasus pada mahasiswa di universitas tridinanti).
4. Pengaruh kualitas produk secara parsial Terhadap kepuasan konsumen pada bukalapak” (Studi kasus pada mahasiswa di universitas tridinanti).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Penulis: Penelitian ini memberikan penulis pengalaman dan pemahaman praktis dalam menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, khususnya dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen. Selain itu, penelitian ini juga meningkatkan kemampuan penulis dalam melakukan riset ilmiah secara sistematis dan terstruktur.

2. Bagi Perusahaan (Bukalapak): Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi kepada Bukalapak dalam meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada fitur gratis ongkir, serta menjaga kualitas produk yang ditawarkan oleh *seller*. Dengan mengetahui pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen, perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Bagi Akademik: Penelitian ini dapat menjadi referensi atau sumber pustaka tambahan
3. bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam bidang pemasaran digital, khususnya yang berkaitan dengan *e-commerce*, kepuasan konsumen, dan strategi pelayanan. Hasil penelitian ini juga dapat memperkaya literatur dan kajian akademik di lingkungan perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S., Wasim, S., Irfan, S., Gogoi, S., Srivastava, A., & Farheen, Z. (2019). Qualitative v/s. Quantitative Research- A Summarized Review. *Journal of Evidence Based Medicine and Healthcare*, 6(43), 2828–2832. <https://doi.org/10.18410/jebmh/2019/587>
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52.
- Amelia, R., Triyadi, S., & Maspuroh, U. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Aplikasi “Animaker” Terhadap Peningkatan Keterampilan Menulis Teks Drama Pada Siswa Kelas Viii Smpn 1 Rawamerta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 656–664.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15–31.
- Andhika, A., Hasanah, A. U., Rahmawati, I., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kualitas produk harga, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Study kasus Cafe Inspirasi Corner). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 1(2).
- Angelina, T., & Elizabeth, S. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rujak Dan Asinan Nyonya Kim. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 5(2), 131–139.
- Arikunto, S. (2019). *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Arisandi, D., Shar, A., & Hariyadi, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, biaya dan kemudahan terhadap kepuasan belanja busana secara daring. *Kompleksitas*, 10(2), 92–102.
- Ariyani, A., & Fauzi, A. (2023). Pengaruh harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 23–28.
- ASTRI, N. W. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, PELAYANAN, HARGA DAN LABEL HALAL TERHADAP BRAND SWITCHING DALAM PEMBELIAN MIXUE DI GRENDENG PURWOKERTO, BANYUMAS. https://repository.uinsaizu.ac.id/28678/1/NINDI_WIDO_ASTRI_PENGARUH_KUALITAS_PRODUK%2C_LOKASI%2C_PELAYANAN%2C_HARGA_DAN_LABEL_HALAL_TERHADAP_BRAND_SWITCHING_DALAM_PEMBELIAN_MIXUE_DI_GRENDENG_PURWOKERTO%2C_BANYUMAS.pdf

Ayuni, N. M. S., Martini, K. I., & Suparyantini, N. P. R. (2024). Rancangan Strategi Pemasaran Produk dan Peningkatan Kinerja Kewirausahaan Bagi Karyawan UMKM Konteng Kacang Sari, Desa Tamblang. *ABDI SATYA DHARMA*, 2(2).

Bago, R., Sutardjo, A., & Anggraini, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café'Els Coffe Dipadang. *Matua Jurnal*, 4(2), 215–226.

Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga produk terhadap kepuasan konsumen pengguna kartu XL di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3).

Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233.

Djollong, A. F. (2014). Tehnik pelaksanaan penelitian kuantitatif. *Istiqra: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2(1).

Dr. H. Soesanto, S. T. P. M. M. T. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN Perspektif Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Merek*. Uwais Inspirasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=JbgUEQAAQBAJ>

Ekasari, A. I. dan A. (2020). Online Brand Trust Sebagai Pemoderasi Sales Promotion. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*.

Febrianto, D., & Yosepha, S. Y. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blibli. Com Pada Pengikut Akun Twitter@ blibliidotcom. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 206–217.

Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10. Analisis Multivariat Dan Ekonometrika Dengan Eviews 10, (2nd ed.).

Ghozali I et. al. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadi, R. K., Sulaeman, A., & Komarudin, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Airmas Perkasa. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(2), 545–553.

- Hardani. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In Buku Metode Penelitian Kualitatif (H. Abadi (Ed.); Vol. 5, Issue 1) (Vol. 5). CV. Pustaka Ilmu.
- Harjadi, D. (2021). Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial.
- Haryono, R. (2012). Keperawatan medikal bedah sistem pencernaan. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Hayani, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kaizar Lahat. *GEMA: Journal of Gentiara Management and Accounting*, 13(2), 85–94.
- Hidayat, A., Dinar, D., Zulkifli, Z., & Amanda, R. S. (2020). Pengaruh Harga Jual dan Promosi Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Online. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 589–596.
- Indrayanti, P. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Studi Kasus Kantor Pelayanan Pajak Kota Batam. *Prodi Akuntansi*.
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.
- Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran Edisi Keenam*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Khan, A., Hussain, S., & Sampene, A. K. (2023). Investing in green intellectual capital to enhance green corporate image under the Influence of green innovation climate: A Case of Chinese Entrepreneurial SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 418, 138177.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing 18e Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Bank BTN cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 3(2), 1–9.

- Linardi, R. L., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1645–1650.
- Masinambow, R. P., Tampi, J. R. E., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Prayer Mebel Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan. *Productivity*, 2(2), 92–97.
- Maulida, N., Periyadi, P., & Junaidi, J. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cinnamon Coffee And Eatery. *Maisyatuna*, 5(2), 52–62.
- Mulyono. (2018). Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu. In *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. CV Budi Utama.
- Nisa, A. A. K. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee: Sebuah Kajian Konseptual. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 315–328.
- Novel, A. H., Kamanda, S. V., & Kusumayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (CFC Batuaji Batam). *Jurnal Al-Amal*, 1(1), 26–32.
- Novianti, L., & Sulivyo, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made In China Di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. *Jurnal Cafeteria*, 2(2), 15–27.
- Novinda, G. (2017). Pelayanan , Dan Kualitas Website. Skripsi.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Dasar-dasar Statistik Penelitian. In *Dasar-dasar Statistik Penelitian*. Sibuku Media.
- Oktaviani, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Lazada). *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(2), 37–45.
- Permana, E., Ulfa, T., Diyanti, R. M., & Rahmawati, P. Y. (2024). ANALISIS PEMANFAATAN MARKETPLACE SHOPEE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, 8(5).
- Pratama, Y., Heryanto, I., Dwiyanisa, A., & Megawati, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen: Survey Pada Salah Satu Perusahaan Sepeda Di Kota Bandung. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 56–68.

Pratiwi, H., PRAYUDI, A., SINAGA, K., MAHYUDANIL, M., & ADITI, B. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Sumber Daya Manusia Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Herfinta Farm and Plantation. *Journal of Global Business and Management Review*, 4(2), 72–82.

Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(2), 1091–1107.

Rahardjo, D. T., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Setan Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(8).

Renggo, Y. R., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, 43.

Resta, A., Akhmad, K. A., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Program Voucher Diskon dan Program Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Shopee Food. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 759–771.

Rifani, J., & Febriadi, H. (2021). KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PELANGGAN PADA PLASA TELKOM AMUNTAI AREA KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 3(1), 101–118.

Sambara, J., Tawas, H. N., & Samadi, R. L. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada Cafe 3. Am Koffie Spot Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 126–135.

Santoso, S. (n.d.). SSBBI: SPSS&Excel KepuasanKonsumen+CD. Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=AfEywa3SWA8C>

Sari, S. P., & Nugroho, N. K. (2020). Financial statements fraud dengan pendekatan vousinas fraud hexagon model: Tinjauan pada perusahaan terbuka di Indonesia. *IHTIFAZ: Islamic Economic, Finance and Banking (ACI-IJIEFB)*, 409–430.

Sayed, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 83–92.

Setiawan, D., Rahmawati, I. P., & Santoso, A. (2023). A bibliometric analysis of evolving trends in climate change and accounting research. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2267233.

Setio, K., & Rasipan, R. (2024). Layanan Garansi Cash on Delivery (COD) Cek Dulu dan Biaya Gratis Ongkir Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 4(1), 15–26.

Setyawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 19(1), 57–63.

Sugiono, S., & Susanto, A. (2014). PENGARUH PENGALAMAN PRAKTIK KERJA INDUSTRI DAN PRESTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KESIAPAN KERJA SISWA KELAS XII PROGRAM KEAHLIAN TEKNIK KENDARAAN RINGAN SMK PGRI 2 KEBUMEN TAHUN AJARAN 2013/2014. PTO-FKIP.

Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.

Sugiyono, D. A. P. (2013). Keefektifan Layanan Bimbingan Kelompok dengan Metode Diskusi untuk Mengembangkan Konsep Diri pada Siswa Kelas X SMA Negeri 1 Wonosari Tahun Pelajaran 2011/2012.

Sugiyono, D. A. P. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Sundari, W. S., & Wahyuningtyas, Y. F. (2023). Pengaruh Diskon Harga, Gratis Ongkir, Dan Kemudahan Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopeefood Di Yogyakarta. *Jurnal Tambora*, 7(3), 1–9.

Tjiptono, F. (2022). *Service Management: Mewujudkan layanan prima edisi 4*. Penerbit Andi.

Zahra, E. Y., Fajriyah, A. J., Lumbansiantar, R., Simatupang, J. R., & Husyairi, K. A. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan di Toko XYZ Menggunakan Metode Service Quality. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 2964–2973.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill.