

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN
APLIKASI DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *E-COMMERCE*
BUKALAPAK DI KOTA PALEMBANG

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



DIAJUKAN OLEH :
MUHAMMAD UKASA ERLANGGA
NPM 2101110096

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDIANANTI

2025

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD UKASA ERLANGGA
Nomor Pokok : 2101110096
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Menggunakan E-Commerce Bukalapak Di Kota Palembang


Pembimbing Skripsi :
Tanggal 11 - 2 - 2025 Pembimbing I : Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E., M.M
NIDN. 0016035101

Tanggal 5 - 2 - 2025 Pembimbing II : Dr. Yuni Adinda Putri, S.E., M.M
NIDN. 0207069401

Dekan,

Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen,


Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak, CA, CSRS
NIDN: 0205026401


Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN: 0222096301

045/PS/DFEB/25

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD UKASA ERLANGGA
Nomor Pokok : 2101110096
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Menggunakan E-Commerce Bukalapak Di Kota Palembang

Penguji Skripsi
Tanggal 11 - 2 - 2025 Ketua Penguji :  Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E., M.M
NIDN. 0016035101


Tanggal 5 - 2 - 2025 Penguji I :  Dr. Yuni Adinda Putri, S.E., M.M
NIDN. 0207069401

Tanggal 1 - 2 - 2025 Penguji II :  Muhammad Said, S.E., M.Si
NIDN. 0217046401

Dekan,

Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen,


Dr. Msv. Mikial, S.E., M.Si., Ak, CA, CSRS
NIDN: 0205026401


Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN: 0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Kamu tidak bisa kembali dan mengubah masa lalu, maka dari itu tataplah masa depan dan jangan buat kesalahan yang sama”

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- **Allah SWT**
- **Alm kakek dan nenek ku**
- **Kedua orang tua ku**
- **Keluarga besarku**
- **Sahabat dan teman seperjuangan**
- **Almamater ku**

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Menggunakan *E-commerce* Bukalapak di Palembang". Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi Manajemen di Universitas Tridinanti.

Selama proses penyusunan Skripsi ini, Peneliti menghadapi beberapa tantangan dan rintangan yang menghambat. Peneliti juga menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini. Namun, Peneliti bertekad untuk terus berupaya memperbaiki kekurangan tersebut dan berharap dapat mencapai hasil yang optimal di masa mendatang.

Pada kesempatan ini Peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam Penelitian skripsi ini :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., MS. Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.,M.Si.,Ak.,CA,CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.
4. Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E.,M.M Selaku Pembimbing I.
5. Ibu Dr.Yuni Adinda Putri, S.E.,M.Si Selaku Pembimbing II.
6. Seluruh dosen dan civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. *E-Commerce* Bukalapak yang telah memberikan akses terbuka untuk melakukan penelitian.
8. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberi semangat Peneliti selama proses yang dilalui.
9. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat.
10. Teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2021 yang selalu bersama pada saat-saat berjuang dalam proses perkuliahan.

Kepada semua pihak yang telah membantu Peneliti, dengan segala kerendahan hati, Peneliti banyak menyampaikan terima kasih. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal bagi kebaikan yang diberikan.

Besar harapan Peneliti agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan skripsi ini juga terbuka atas masukan berupa kritik dan saran dari semua pihak untuk menjadi sempurna.

Palembang, Desember 2024

Peneliti,

Muhammad Ukasa Erlangga

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ukasa Erlangga

NIM : 2101110096

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen/S1

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Menggunakan *E-commerce* Bukalapak di Palembang** dibuat dengan benar dan tidak meniru atau menjiplak atas penelitian orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya siap untuk menanggung segala konsekuensinya.

Palembang, Januari 2025



Muhammad Ukasa Erlangga

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 <i>Planned Behavior Theory</i>	9
2.1.2 Keputusan.....	10
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.4 Kemudahan Penggunaan.....	17
2.1.5 Ketersediaan Produk	19
2.2 Penelitian Yang Relevan	21
2.3 Kerangka Berfikir	25
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.1.1 Tempat Penelitian.....	28

3.1.2	Waktu Penelitian	28
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan data.....	29
3.2.1	Sumber Data.....	29
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	29
3.3.1	Populasi.....	30
3.3.2	Sampel.....	30
3.3.3	Teknik Sampling	31
3.4	Rancangan Penelitian.....	31
3.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.6	Instrumen Penelitian	34
3.6.1	Uji Validitas.....	35
3.6.2	Uji Reliabilitas	36
3.7	Teknik Analisis Data	36
3.7.1	Uji Asumsi Klasik	37
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.7.3	Uji Hipotesis	39
3.7.4	Analisis Koefisien Korelasi (r)	41
3.7.5	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Hasil Penelitian	43
4.1.1	Gambaran Umum <i>E-Commerce</i> Bukalapak.....	43
4.1.2	Visi dan Misi <i>E-Commerce</i> Bukalapak.....	44
4.1.3	Struktur Organisasi <i>E-Commerce</i> Bukalapak	44
4.1.4	Gambaran Umum Responden Penelitian	49
4.1.5	Hasil Uji Instrumen.....	50
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis	57
4.1.9	Hasil Analisis Koefisien Korelasi (r)	59
4.1.10	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	59
4.2	Pembahasan.....	60
4.2.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan	60

4.2.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan....	61
4.2.3 Pengaruh Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Bukalapak Kota Palembang Tahun 2020-2023.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan.....	21
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	28
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 3. 3 Pemberian Bobot Skor	35
Tabel 3. 4 Kriteria Koefisien Korelasi	42
Tabel 4. 1 Penyebaran Kuesioner	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	50
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan.....	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Ketersediaan Produk	51
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Keputusan	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial.....	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Simultan.....	58
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	59
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	24
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bukalapak.....	48
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian	70
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Kuesioner	75
Lampiran 3 Hasil Olah Data	81
Lampiran 4 Hasil Turnitin.....	87

ABSTRAK

Muhammad Ukasa Erlangga, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Menggunakan *E-commerce* Bukalapak di Palembang. (Dibawah bimbingan Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E., M.M dan Ibu Dr.Yuni Adinda Putri, S.E., M.Si)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Ketersediaan Produk berpengaruh baik secara parsial maupun secara simultan terhadap Keputusan Menggunakan *E-commerce* Bukalapak di Palembang. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin*, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden pengguna Bukalapak. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *e-commerce* Bukalapak di Kota Palembang. Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *e-commerce* Bukalapak di Kota Palembang. Ketersediaan Produk berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *e-commerce* Bukalapak di Kota Palembang. Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Ketersediaan Produk berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *e-commerce* Bukalapak di Kota Palembang. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Keputusan dapat dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Ketersediaan Produk sebesar 62,2% sedangkan 32,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Ketersediaan Produk, Keputusan.

ABSTRACT

Muhammad Ukasa Erlangga, The Influence of Service Quality, Ease of Use, and Product Availability on the Decision to Use Bukalapak E-commerce in Palembang. (Under the guidance of Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E., M.M and Mrs. Dr. Yuni Adinda Putri, S.E., M.Si)

This study aims to determine whether Service Quality, Ease of Use, and Product Availability have a partial or simultaneous effect on the Decision to Use Bukalapak E-commerce in Palembang. The sample in this study uses the slovin formula, so that 100 Bukalapak user respondents were obtained. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that Service Quality has an effect on the Decision to use Bukalapak e-commerce in Palembang City. Ease of Use has an effect on the Decision to use Bukalapak e-commerce in Palembang City. Product Availability has an effect on the Decision to use Bukalapak e-commerce in Palembang City. Service Quality, Ease of Use, and Product Availability influence the Decision to use Bukalapak e-commerce in Palembang City. The results of the determination coefficient test show that the Decision can be influenced by Service Quality, Ease of Use, and Product Availability by 62.2% while the other 32.8% is influenced by other factors not studied.

Keywords: Service Quality, Ease of Use, Product Availability, Decision.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Muhammad Ukasa Erlangga, lahir di Palembang, 28 Oktober 2001. Merupakan putra tunggal dari pasangan Bapak Alm. Bunyamin dan Ibu Rita Oktaria. Mengawali pendidikan di SDN 71 Palembang sampai dengan tahun 2013, melanjutkan jenjang sekolah menengah SMPN 31 Palembang dan SMAN 19 Palembang. Saat ini, sedang melanjutkan studi di Universitas Tridinanti Palembang Program Studi Manajemen dari tahun 2021 hingga sekarang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daya beli masyarakat Indonesia saat ini tengah mengalami perubahan signifikan akibat pergeseran sosial, ekonomi, dan teknologi. Konsumen kini cenderung memilih produk lokal, organik, atau bebas kemasan plastik demi dampak positif bagi lingkungan (Yanti dkk, 2023). Sementara itu, kondisi ekonomi global yang tidak selalu stabil membuat konsumen lebih berhati-hati dan selektif dalam berbelanja (Sinulingga dkk, 2023). Konsumen mencari produk dengan harga yang lebih rendah, seperti diskon, *cashback*, dan program loyalitas, sebagai upaya untuk mendapatkan manfaat tambahan dari setiap pembelian. Pesatnya kemajuan teknologi digital juga mengubah kebiasaan belanja masyarakat (Pramesti dkk, 2023). *E-commerce* dan aplikasi belanja *online* telah mempercepat transaksi, memungkinkan masyarakat untuk berbelanja di mana pun dan kapan pun. Pandemi COVID-19 mempercepat peralihan ini, mendorong konsumen untuk beralih ke *platform* digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Akses yang lebih mudah dan pilihan produk yang beragam, menjadikan belanja secara *online* lebih nyaman dan sering dipilih.

Bukalapak adalah salah satu *platform e-commerce* terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 2010. Dimulai sebagai *platform* untuk memberdayakan usaha kecil dan menengah (UKM), Bukalapak kini berkembang menjadi pasar *online* yang menyediakan berbagai produk, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga produk elektronik dan *fashion*. Dengan visi untuk menciptakan akses perdagangan digital bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia, Bukalapak telah menarik jutaan

pengguna dan memperluas jangkauan pasarnya hingga ke daerah-daerah yang sulit dijangkau secara fisik. Adapun pengguna aplikasi bukalapak di kota Palembang yang tercatat yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. 1
Jumlah Pengguna Bukalapak Kota Palembang
Tahun 2020-2023

No	Tahun	Jumlah Pengguna
1	2020	5.219 jiwa
2	2021	8.116 jiwa
3	2022	11.280 jiwa
4	2023	9.364 jiwa

Sumber : Bukalapak (2024)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi jumlah keputusan penggunaan Bukalapak Kota Palembang sepanjang tahun 2020 sampai dengan 2023. Ketika jumlah pengguna naik, ini biasanya disebabkan oleh peningkatan promosi, diskon, atau kemudahan akses, yang juga mendorong lebih banyak pembelian. Sebaliknya, penurunan pengguna sering terjadi jika ada kendala, seperti masalah layanan atau harga yang kurang kompetitif, yang mengurangi keputusan penggunaan.

Keputusan adalah suatu aksi yang dilakukan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk, dan dalam proses pengambilan keputusan tersebut, konsumen melakukan aktivitas yang menentukan pilihan mereka (Arfah, 2022). Proses ini melibatkan serangkaian tahap, mulai dari pengidentifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga pembelian akhir. Kemampuan perusahaan dalam memengaruhi keputusan konsumen sangat bergantung pada

efektivitas komunikasi dengan konsumen melalui upaya membangun merek dan strategi pemasaran, serta melalui inovasi produk untuk menghadirkan variasi baru (Sari dkk, 2022). Keputusan penggunaan sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan aplikasi, dan ketersediaan produk.

Indrasari (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah kondisi yang dinamis yang erat kaitannya dengan produk, layanan, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan tersebut dianggap baik dan memuaskan (Sholeha dkk, 2023). Kualitas pelayanan yang tinggi cenderung menciptakan kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan, mereka lebih mungkin untuk memilih untuk merekomendasikan atau menggunakan jasa yang sama di masa depan (Hikmah dkk, 2024). Dalam hal layanan pelanggan, Bukalapak menyediakan beberapa kanal bantuan, termasuk pusat bantuan dalam aplikasi dan layanan kontak langsung. Hal ini memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan masalah terkait transaksi, produk, atau pembayaran dengan cepat.

Penelitian yang dilakukan oleh Tarigan & Nainggolan (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan jika pengalaman yang baik meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen sehingga dapat melakukan keputusan, sedangkan Baihaky dkk (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap

keputusan pembelian dikarenakan konsumen lebih berfokus pada kualitas produk yang ditawarkan.

Davis dalam Shinta (2016) berpendapat bahwa kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa suatu sistem dapat dijalankan tanpa membutuhkan banyak usaha karena sifatnya yang mudah dioperasikan. Kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan belanja *online*, karena antar-muka yang sederhana dan mudah diakses memengaruhi kenyamanan pengguna. Meskipun belanja *online* menawarkan banyak keuntungan, jika interaksi dengan *e-commerce* terlalu rumit, hal ini dapat membingungkan pengguna dan mengurangi minat mereka untuk berbelanja di situs tersebut (Puspitasari & Indriani, 2018). Bukalapak dirancang untuk memudahkan konsumen dari berbagai latar belakang untuk berbelanja *online* tanpa banyak hambatan teknis. Dengan tampilan antarmuka yang *user-friendly*, pengguna dapat dengan cepat menemukan produk, melakukan pembayaran, dan melacak pesanan. Selain itu, fitur-fitur seperti pencarian produk, kategori yang terorganisir, dan metode pembayaran beragam membuat pengalaman berbelanja lebih nyaman.

Aulia (2023) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan konsumen cenderung memilih produk yang praktis dan tidak memerlukan waktu atau usaha ekstra untuk memahami cara penggunaannya, sedangkan Mita dkk (2021) berpendapat bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan konsumen tidak terlalu mempermasalahkan kemudahan penggunaan karena merasa dapat mengandalkan dukungan pelanggan.

Heizer & Render (2015) berpendapat bahwa ketersediaan produk dalam sistem distribusi sangat berkaitan dengan tingkat persediaan yang optimal, yang bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan pelanggan dan kapasitas penyimpanan perusahaan. Ketersediaan produk bukan hanya tentang jumlah produk di gudang, tetapi juga memastikan bahwa produk tersebut mudah diakses pelanggan, tanpa waktu tunggu yang terlalu lama. Ketersediaan produk di Bukalapak merupakan salah satu aspek penting yang dikelola untuk memberikan pengalaman belanja yang optimal bagi pengguna.

Sebagai *e-commerce* besar di Indonesia, Bukalapak bekerja sama dengan berbagai penjual, mulai dari produsen hingga distributor, untuk memastikan stok produk yang bervariasi dan memenuhi kebutuhan pengguna di berbagai kategori, seperti elektronik, kebutuhan sehari-hari, *fashion*, dan produk digital. Untuk mendukung ketersediaan produk, Bukalapak menggunakan jaringan distribusi yang luas dan teknologi inventaris canggih yang membantu mengelola dan memantau stok produk secara *real-time*. Hal ini membantu *platform* memastikan produk tetap tersedia dan memperkirakan permintaan agar dapat mengisi kembali stok dengan cepat saat terjadi peningkatan pesanan.

Bulele (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ketersediaan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan suatu produk tidak tersedia, konsumen bisa berpindah ke merek lain atau produk pesaing yang ada di pasaran, sedangkan menurut Akbar dkk (2024) ketersediaan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan konsumen memiliki produk alternatif lainnya yang dapat dipilih.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan Bukalapak harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan dengan sepenuh hati dan berkualitas sehingga pelanggan akan merasa nyaman saat berbelanja. Bukalapak juga harus mempertimbangkan kemudahan akses penggunaan aplikasi serta memastikan ketersediaan produk tetap *real-time* agar dapat meningkatkan keputusan pelanggan dalam menggunakan aplikasi.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Menggunakan *E-commerce* Bukalapak di Palembang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-commerce* bukalapak di Palembang?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-commerce* bukalapak di Palembang?
3. Apakah ketersediaan produk berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-commerce* bukalapak di Palembang?
4. Apakah kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan dan ketersediaan produk berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-commerce* bukalapak di Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan *e-commerce* bukalapak di Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan *e-commerce* bukalapak di Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh ketersediaan produk terhadap keputusan menggunakan *e-commerce* bukalapak di Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan dan ketersediaan produk terhadap keputusan menggunakan *e-commerce* bukalapak di Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, bukan hanya bermanfaat bagi peneliti melainkan juga bermanfaat bagi pembaca. Berikut beberapa manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Ilmu Manajemen

Hasil penelitian tentang kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan, dan ketersediaan produk terhadap keputusan menggunakan *e-commerce* diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis bagi ilmu manajemen dengan memperkaya pemahaman tentang perilaku konsumen dalam

konteks digital. Penelitian ini membantu memperjelas bagaimana faktor-faktor layanan dan kemudahan berkontribusi pada adopsi teknologi baru.

b. Bagi Ilmu Pemasaran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori-teori tentang perilaku konsumen *e-commerce*, memperjelas peran faktor non-harga dalam keputusan pembelian, dan menyediakan kerangka untuk meningkatkan strategi pemasaran digital guna menarik dan mempertahankan pengguna pada *platform e-commerce* sehingga dapat menambah studi literatur terbaru.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi *E-Commerce* Bukalapak

Peneliti berharap dengan penelitian ini perusahaan dapat mengetahui gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan *e-commerce* bukalapak, sehingga perusahaan dapat mempertimbangkan strategi promosi dimasa mendatang.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen melakukan pembelian pada *platform e-commerce*

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. F., Muhajirin, M., & Juwani, J. (2024). Pengaruh Ketersediaan Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor HONDA di Dealer PT. Astra Motor. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 2(3), 169-189.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Aria, Mulyapradana dan Atik. 2018. Tata Kelola Administrasi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi di PT. BAM Kabupaten Tegal. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan (Juripol)*, Vol. 1 (2)
- Aulia, T. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2), 58-69.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 85-104.
- Bulele, E. Y. (2016). Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3).
- Heizer & Render (2015). *Manajemen Operasi Edisi Ke-11*. Jakarta: Salemba Empat
- Hikmah, W. R., Wijaya, J. A., Hidayah, A. A., Syaputra, R. A., & Abdullah, M. (2024). Perspektif Kepuasan Pelanggan PT. Arrazi Ghirah Medika: Peran Fundamental Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dalam Mewujudkannya. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(1), 42-54.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan*

- Manajemen Indonesia*, 4(4), 548-557.
- Pramesti, A., Novitasari, C., & Oktaviani, D. (2023). Penerapan Manajemen Operasional di Era Digital dan Perkembangan E-Commerce. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 88-97.
- Puspitasari, D. A., & Indriani, F. (2018). *Analisis Pengaruh Perceived Quality, Perceived Value, Dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Online* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Putri, Y. A. (2021). Peran Influencer dan E-Wom Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 1933-1946.
- Putri, Y. A., & Madjir, S. (2022). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt XI Axiata Tbk Di Kota Palembang. *Jurnal Bisnis Terapan*, 6(1), 23-32.
- Rahman, A., & Dewantara, R. Y. (2017). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online* (Studi Kasus pada Pengguna Situs Jual Beli "Z") (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Ratno, R. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Literasi Teknologi Terhadap Minat Penggunaan Surat Pemberitahuan Tahunan Elektronik Dalam Pelaporan Pajak Di Yogyakarta. *Jurnal Statistika Industri Dan Komputasi*, 4(01), 31-42.
- Sari, A. C. M., Purbowati, D., & Fadlillah, F. F. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Iklan Tv Dan Media Sosial. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 175–190.
- Shinta Ayuningrum, I. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan. *Pengalaman Sebelumnya, Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Dalam Transaksi Belanja Online (Studi pada Produk Fashion di Area Semarang)*, 5, 1-10.
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahas sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi

kabupaten banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15-25.

Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.

Tarigan, J., & Nainggolan, B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Panorama Nusantara*, 17(1), 1–15.

Yanti, R., Nuvriasari, A., Harto, B., Puspitasari, K. A., Setiawan, Z., Susanto, D., ... & Syarif, R. (2023). *Green Marketing For Business*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Zusmawati, Z., Magdalena, M., Fernos, J., & Ramadhani, A. S. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 470-482.