

Analisis Komparasi Kualitas Layanan Elektronik dan Kepuasan Konsumen Pada Shopee dan Tokopedia

Muhammad Haris Firmansyah¹, Uus Mohammad Darul Fadli², Enjang Suherman³

¹²³Universitas Buana Perjuangan Karawang

e-mail: mn16.muhammadfirmansyah@mhs.ubpkarawang.ac.id ,
uus.fadli@ubpkarawang.ac.id , enjangsuherman@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan kualitas layanan elektronik (e-servqual) dan kepuasan konsumen antara Shopee dan Tokopedia di Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dari 185 responden yang merupakan pengguna reguler Shopee dan Tokopedia dan merupakan mahasiswa aktif program studi manajemen Universitas Buana Perjuangan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Selanjutnya data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan uji Independent sample t-test dengan bantuan software SPSS 25.00 for windows. Hasil tidak ada perbedaan yang signifikan antara kualitas layanan elektronik shopee dan Tokopedia, kemudian hasil penelitian menunjukkan kepuasan konsumen menunjukkan ada perbedaan yang signifikan antara kepuasan konsumen shopee dan Tokopedia. Dalam kesimpulannya, kualitas layanan elektronik dan kepuasan konsumen antara shopee dan Tokopedia keduanya memiliki kelebihan masing-masing.

Kata kunci: *Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Shopee, Tokopedia*

Abstract

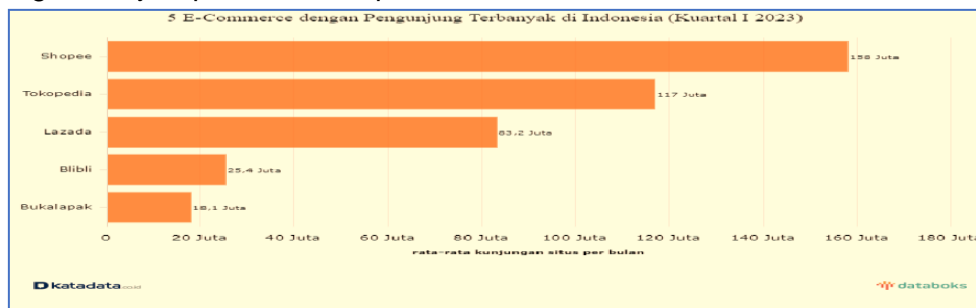
This study aims to analyze the difference in electronic service quality (e-servqual) and consumer satisfaction between Shopee and Tokopedia in Indonesia. This research method uses a quantitative approach by collecting data through questionnaires from 185 respondents who are regular users of Shopee and Tokopedia and are active students of the management study program at Buana Perjuangan University using purposive sampling techniques. Furthermore, the data collected was analyzed using the Independent sample t-test with the help of SPSS 25.00 software for windows. The results there is no significant difference between the quality of shopee and Tokopedia electronic services, then the results of the study show consumer satisfaction shows there is a significant difference between shopee and Tokopedia consumer satisfaction.

In conclusion, the quality of electronic services and consumer satisfaction between shopee and Tokopedia both have their own advantages.

Keywords : *Quality Of Service, Customer Satisfaction, Shopee, Tokopedia.*

PENDAHULUAN

Saat ini ilmu pengetahuan dan teknologi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal tersebut membuat banyak sekali perubahan dalam berbagai bidang kehidupan manusia salah satunya dalam bidang penyediaan pelayanan barang dan jasa. Berbagai perusahaan penyedia pelayanan barang dan jasa bersaing untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Shopee dan Tokopedia merupakan platform e-commerce yang dominan di Indonesia saat ini. Masing-masing platform memiliki kelebihan dan kekurangan dalam menawarkan kualitas layanan dan pengalaman belanja bagi konsumen. Berdasarkan data SimilarWeb, Shopee merupakan e-commerce dengan jumlah kunjungan situs terbanyak di Indonesia pada kuartal I 2023. Selama periode Januari-Maret tahun ini, situs Shopee meraih rata-rata 157,9 juta kunjungan per bulan, jauh melampaui para pesaingnya. Dalam periode sama, situs Tokopedia meraih rata-rata 117 juta kunjungan, situs Lazada 83,2 juta kunjungan, situs BliBli 25,4 juta kunjungan, dan situs Bukalapak 18,1 juta kunjungan per bulan (kadata.co.id, 2023). Data tersebut menunjukkan persaingan antar perusahaan semakin ketat, sehingga dibutuhkan strategi untuk mengatasi persaingan tersebut agar menjadi pilihan utama para konsumen.



Grafik 1. Data Pengunjung E-commerce Periode Januari-Maret 2023

Baik Shopee maupun Tokopedia memiliki keunggulan dan targetnya masing-masing, Shopee lebih unggul dalam menyediakan produk seperti fashion, pernak-pernik, produk kecantikan dan dekorasi sedangkan Tokopedia lebih unggul dalam penjualan gadget, alat berat, alat-alat kesehatan dan kebutuhan rumah tangga. Berdasarkan jenis kelamin, perempuan lebih senang berbelanja di shopee dan laki-laki lebih tertarik berbelanja di Tokopedia (Kompas.com, 2023) , data tersebut menunjukkan bahwa shopee dan Tokopedia memiliki keunggulan masing-masing sehingga diperlukan strategi agar menjadi pilihan utama konsumen. Salah satu strategi untuk menjadi pilihan utama konsumen adalah dengan cara memberikan kualitas layanan yang baik dengan harapan pelanggan merasa puas dan akan terus menggunakan jasa

perusahaan tersebut secara terus-menerus. Apabila konsumen telah berubah menjadi konsumen yang loyal karena merasa puas kebutuhannya telah terpenuhi maka konsumen tidak akan pindah ke perusahaan lain. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (dkk P. , 2018) mengungkapkan bahwa dengan meningkatkan kepuasan pelanggan dapat meningkatkan volume penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Siagian, 2018) menunjukkan Hasil kualitas layanan elektronik dan perceived value berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Tokopedia. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Bertuah, 2019) menunjukkan Shopee unggul dalam kemudahan fitur yang diberikan dan fitur yang diberikan lengkap Sementara Tokopedia memberikan potongan harga dengan cara yang mudah, Tokopedia juga menyediakan fitur yang hanya menjual produk-produk buatan Indonesia. Tokopedia juga menyediakan fitur berinvestasi yaitu melalui emas maupun reksadana. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (al, 2021) menunjukkan bahwa dari segi kualitas layanan, Shopee memiliki kualitas layanan yang cukup bagus. Adanya diskon dan voucher gratis ongkir ini membuat sentimen pelanggan mengenai Shopee bagus. Tokopedia yang memiliki kualitas system availability paling tinggi diantara yang lain dengan persentase sebesar 22,17%, lalu Nilai system availability yang paling rendah adalah Shopee dimana di platform Shopee dianggap masih banyak error dan juga server down pada saat diakses. Penelitian di atas menunjukkan bahwa baik shopee maupun Tokopedia memiliki keunggulan dan kekurangannya masing-masing.

Secara umum, Shopee dan Tokopedia merupakan dua platform e-commerce teratas di Indonesia. Dalam hal ini, kualitas layanan dan kepuasan konsumen menjadi faktor kunci dalam mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan reputasi brand mereka. Sehingga tujuan dilakukannya analisis ini adalah untuk menganalisis informasi yang lebih terperinci dan mendalam mengenai kualitas layanan elektronik dan kepuasan konsumen pada platform Shopee dan Tokopedia. Analisis ini dapat menjadi referensi bagi konsumen maupun perusahaan dalam mengoptimalkan pengalaman belanja online. Hal ini dapat membantu kedua platform dalam meningkatkan kualitas layanan, mempertahankan pelanggan, serta meningkatkan reputasi brand mereka pada pasar e-commerce di Indonesia.

METODE

Penelitian ini disusun menggunakan pendekatan kuantitatif analisis komparatif. Menurut (Sugiyono, 2016) penelitian komparatif adalah membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda pada waktu yang sama. Penelitian ini dilakukan dengan membandingkan variabel kualitas pelayanan elektronik dan kepuasan konsumen shopee dan Tokopedia. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Manajemen angkatan 2021 Universitas buana perjuangan Karawang dan pengguna aktif aplikasi Shopee dan Tokopedia yang pernah melakukan transaksi pembelian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini

adalah non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang secara tidak acak dengan menggunakan teknik pengambilan purposive sampling, dimana sampel dipilih berdasarkan karakteristik tertentu, yaitu mahasiswa yang pernah berbelanja dan melakukan transaksi pada aplikasi shopee dan tokopedia sampai jumlah yang diinginkan terpenuhi. Selanjutnya sampel dihitung dengan menggunakan rumus Isaac and Michael dengan taraf kesalahan sebesar 5% dan didapatkan hasil 185,2 yang dibulatkan menjadi 185 orang responden dengan rumus sebagai berikut:

$$S = \frac{\chi^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \chi^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

S = Jumlah sampel yang diperlukan

χ^2 = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% = 3,841

p = peluang benar 50%, ; q = peluang salah 50% ;

d=sampling error 5%

$$n = \frac{3,841 \times 357 \times (0,5)(0,5)}{(0,05)^2 \times (357-1) + 3,841 \times (0,5)(0,5)}$$
$$n = \frac{342,80925}{1,85025}$$
$$n = 185,2$$

Penelitian ini menggunakan skala likert. (Sugiyono 2. , 2018) menjelaskan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert disusun dalam format checklist pada alternatif respon yang telah disediakan. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Sedangkan format respon skala adalah jenis kesesuaian, yaitu subjek memilih jawaban yang sudah ditentukan dari 5 variasi jawaban. Format skala likert dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Format Skala Likert

STB	Sangat Tidak Baik
TB	Tidak Baik
CB	Cukup Baik
B	Baik
SB	Sangat Baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

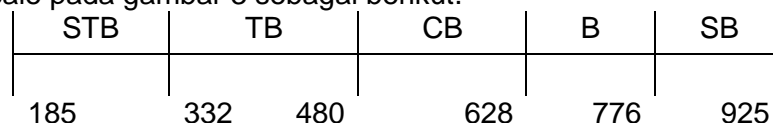
HASIL

Data menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik dan kepuasan konsumen antara shopee dan Tokopedia sama-sama berada pada kriteria baik.

Tabel 1. Rekapitulasi Skor Data Kualitas Layanan Elektronik Shopee

Variabel	No	Indikator	1	2	3	4	5	Jumlah	Kriteria
Kualitas Layanan Elektronik Shopee	1	Aplikasi dapat di akses dengan mudah	0	0	47	92	46		Baik
			0	0	141	368	230	739	
	2	Informasi dan produk yang ditawarkan bermanfaat	0	0	76	77	32		BAIK
			0	0	228	308	160	696	
	3	Aplikasi berfungsi dengan baik	0	0	75	79	31		Baik
			0	0	225	316	155	696	
	4	Aplikasi memudahkan konsumen dalam berbelanja	0	0	40	73	72		Baik
			0	0	120	292	360	772	
	5	Fitur yang ditawarkan sesuai kebutuhan	0	0	32	79	74		Sangat Baik
			0	0	96	316	370	782	
	6	Kemudahan dalam mencari produk	0	0	35	76	74		Sangat Baik
			0	0	105	304	370	779	
	7	Data pribadi konsumen terjamin	0	0	55	70	60		Baik
			0	0	165	280	300	745	
	8	Data transaksi konsumen terjamin	0	0	34	80	71		Sangat Baik
			0	0	102	320	355	777	
			Total					748	Baik

Hasil rekapitulasi data pada tabel 1 menunjukkan bahwa setiap item indikator kualitas layanan elektronik shopee menunjukkan kriteria baik hal tersebut dilihat dari pada data modus berada pada kriteria baik dengan skor total 748. Dengan demikian dibuatkan Bar Scale pada gambar 3 sebagai berikut.

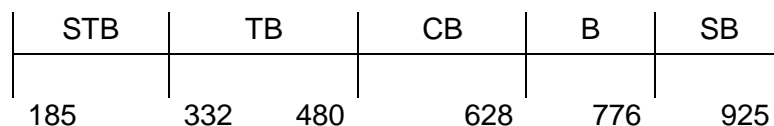


Gambar 3. Bar Scale Kulititas Layanan Elektronik Shopee

Tabel 2. Rekapitulasi Skor Data Hasil Layanan Elektronik Tokopedia

Kualitas Layanan Elektronik Tokopedia	No	Indikator	1	2	3	4	5	Jumlah	Kriteria	
	1	Aplikasi dapat di akses dengan mudah	2	13	57	61	52		703	Baik
			2	26	171	244	260			
	2	Informasi dan produk yang ditawarkan bermanfaat	0	6	58	66	55		725	Baik
			0	12	174	264	275			
	3	Aplikasi berfungsi dengan baik	1	14	45	74	51		715	Baik
			1	28	135	296	255			
	4	Aplikasi memudahkan konsumen dalam berbelanja	0	10	34	64	77		763	Baik
			0	20	102	256	385			
	5	Fitur yang ditawarkan sesuai kebutuhan	0	10	38	75	62		744	Baik
0			20	114	300	310				
6	Kemudahan dalam mencari produk	1	16	35	85	48		718	Baik	
		1	32	105	340	240				
7	Data pribadi konsumen terjamin	0	6	43	80	56		741	Baik	
		0	12	129	320	280				
8	Data transaksi konsumen terjamin	0	13	31	78	63		746	Baik	
		0	26	93	312	315				
			Total					732	Baik	

Hasil rekapitulasi data pada tabel 2 menunjukkan bahwa setiap item indikator kualitas layanan elektronik tokopedia menunjukkan kriteria baik hal tersebut dilihat dari pada data modus berada pada kriteria baik dengan skor total 732. Dengan demikian dibuatkan Bar Scale pada gambar 4 sebagai berikut.

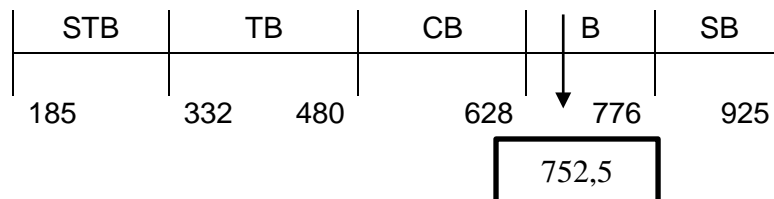


Gambar 4. Bar Scale Kualitas Layanan Elektronik Shopee

Tabel 3. Rekapitulasi Skor Data Kepuasan Konsumen Shopee

Kepuasan Konsumen Shopee	No	Indikator	1	2	3	4	5	Total	Keterangan
	1	Kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan	0	0	62	90	33	711	BAIK
			0	0	186	360	165		
	2	Barang yang ditawarkan bervariasi dan berkualitas sesuai harga	0	0	33	83	69	776	BAIK
			0	0	99	332	345		
	3	Harga yang ditawarkan bervariasi dan bersaing	0	0	30	106	49	759	BAIK
			0	0	90	424	245		
	4	Sistem transaksi yang aman dan terpercaya	0	0	23	93	69	786	SANGAT BAIK
			0	0	69	372	345		
5	Kelengkapan produk yang ditawarkan	0	0	39	77	69	770	BAIK	
		0	0	117	308	345			
6	Kesesuaian barang yang ditawarkan dengan yang konsumen terima	0	0	49	96	40	695	BAIK	
		0	0	147	348	200			
7	Kemudahan mencari barang yang sesuai dengan kategori yang diinginkan	0	0	38	87	60	762	BAIK	
		0	0	114	348	300			
8	Tampilan situs dan kemudahan penggunaannya	0	0	42	80	63	761	BAIK	
		0	0	126	320	315			
TOTAL								752,5	BAIK

Hasil rekapitulasi data pada tabel 8 menunjukkan bahwa setiap item indikator kepuasan konsumen shopee menunjukkan kriteria baik hal tersebut dilihat dari pada data modus berada pada kriteria baik dengan skor total 752,5. Dengan demikian dibuatkan Bar Scale pada gambar 5 sebagai berikut.



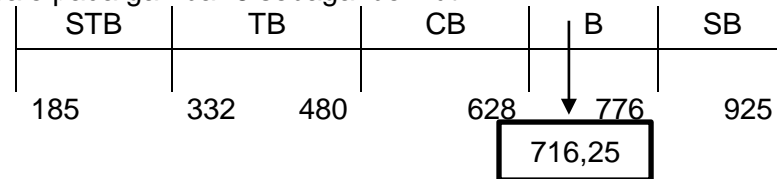
Gambar 5. Bar Scale Kepuasan Konsumen Shopee

Tabel 9. Rekapitulasi Skor Data Kepuasan Konsumen Tokopedia

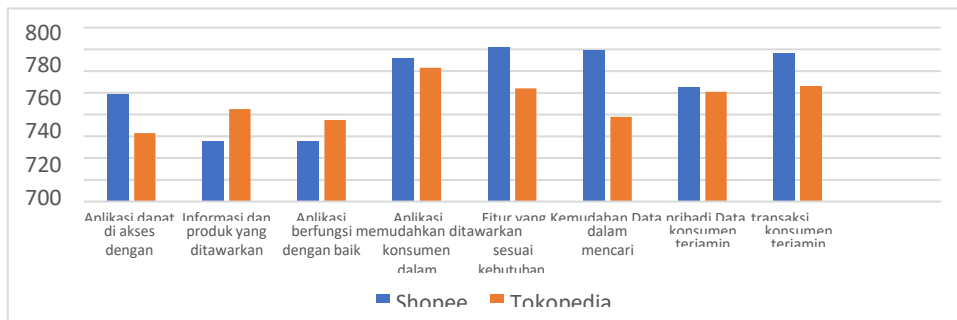
No	Indikator	1	2	3	4	5	Total	Keterangan	
		0	0	0	0	0			0
Kepuasan Konsumen Tokopedia	1	Kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan	0	18	48	83	36	692	BAIK
	0	0	36	144	332	180			
	2	Barang yang ditawarkan bervariasi dan berkualitas sesuai harga	0	11	45	87	42	715	BAIK
			0	22	135	348	210		
	3	Harga yang ditawarkan bervariasi dan bersaing	0	9	37	89	50	735	BAIK
			0	18	111	356	250		
	4	Sistem transaksi yang aman dan terpercaya	0	16	37	69	63	734	BAIK
			0	32	111	276	315		
	5	Kelengkapan produk yang ditawarkan	0	13	42	78	52	724	BAIK
0			26	126	312	260			
6	Kesesuaian barang yang ditawarkan dengan yang konsumen terima	0	17	47	76	45	712	BAIK	
		0	34	141	312	225			
7	Kemudahan mencari barang yang sesuai dengan kategori yang diinginkan	0	18	46	79	42	700	BAIK	
		0	36	138	316	210			
8	Tampilan situs dan kemudahan penggunaannya	0	15	50	62	58	718	BAIK	
		0	30	150	248	290			
		TOTAL					716,25	BAIK	

Hasil rekapitulasi data pada tabel 9 menunjukkan bahwa setiap item indikator kepuasan konsumen tokopedia menunjukkan kriteria baik hal tersebut dilihat dari pada

data modus berada pada kriteria baik dengan skor total 716,25. Dengan demikian dibuatkan Bar Scale pada gambar 6 sebagai berikut.

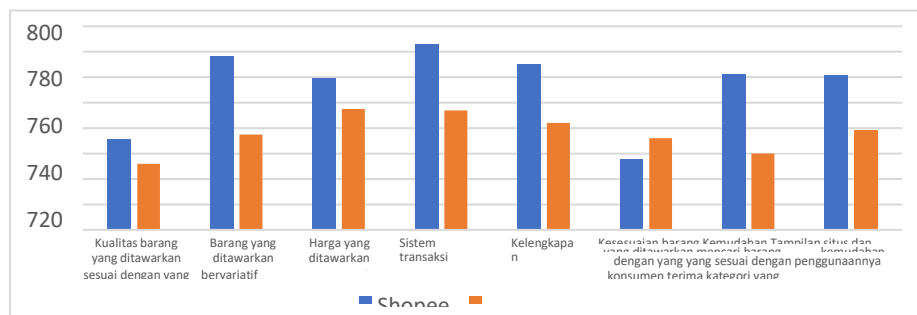


Gambar 6. Bar Scale Kepuasan Konsumen Shopee



Grafik 2. Perbandingan Kualitas Layanan Elektronik Shopee dan Tokopedia

Berdasarkan grafik 2 shopee unggul dalam kemudahan mengakses aplikasi dibandingkan Tokopedia, berdasarkan keamanan data konsumen shopee lebih unggul dibandingkan dengan Tokopedia, sedangkan berdasarkan informasi dan produk yang ditawarkan bermanfaat Tokopedia lebih unggul dibandingkan shopee, selain itu aplikasi Tokopedia lebih berfungsi dengan baik dibandingkan shopee.



Grafik 3. Perbandingan Kepuasan Konsumen Shopee dan Tokopedia

Berdasarkan grafik 3 diketahui kualitas barang yang ditawarkan shopee lebih baik dibandingkan dengan Tokopedia, dari segi variasi barang dan harga shopee masih unggul dibandingkan dengan Tokopedia. Lebih lanjut dilihat dari keamanan transaksi

dan tampilan situs shopee lebih baik dari Tokopedia. Namun Tokopedia unggul dalam hal kesesuaian barang dibandingkan dengan shopee.

Pembahasan

Analisis Kualitas layanan elektronik shopee dengan skor nilai 748 dengan kriteria baik. Namun masih terdapat beberapa item yang dinilai kurang optimal dengan skor nilai terendah yaitu.

1. Informasi produk yang ditawarkan dengan skor 696 dengan kriteria baik. Meskipun berada pada kriteria baik, namun dalam hal tersebut Tokopedia lebih unggul dibandingkan dengan shopee.
2. Aplikasi shopee mendapatkan skor 696 dengan kriteria baik. Meskipun berada pada kriteria baik, namun dalam hal tersebut Tokopedia lebih unggul dibandingkan dengan shopee. Sehingga shopee masih perlu meningkatkan kinerja aplikasi.

Hasil analisis kualitas layanan Tokopedia dengan skor nilai 732 dengan kriteria baik. Akan tetapi secara keseluruhan, Tokopedia masih berada dibawah shopee dalam hal kualitas layanan elektronik yang diberikan. Dari segi kemudahan aplikasi dan keamanan data transaksi shopee lebih unggul dibandingkan Tokopedia. Lebih lanjut kepuasan konsumen shopee lebih tinggi dibandingkan dengan Tokopedia dengan skor (752,5>716,25). Hasil analisis kepuasan konsumen shopee berada diatas Tokopedia berdasarkan 8 indikator mulai dari kualitas barang, produk yang ditawarkan, sampai kemudahan dalam berbelanja.

Berdasarkan hasil uji independent sample T-Test (uji beda) membuktikan bahwa variabel Kualitas Layanan Elektronik dengan nilai probabilitasnya (Sig-t) 0.127 berada diatas level of significance yang digunakan ($\alpha = 0,05$). Sehingga hipotesis yang menyatakan tidak ada perbedaan variabel Kualitas Layanan antara Shopee dan Tokopedia. Berdasarkan hasil uji independent sample T-Test (uji beda) membuktikan bahwa variabel Kepuasan Konsumen dengan nilai probabilitasnya (Sig-t) 0.001 berada di bawah level of significance yang digunakan ($\alpha = 0,05$). Sehingga hipotesis yang menyatakan ada perbedaan variabel kepuasan konsumen antara Shopee dan Tokopedia.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (al, 2021) menunjukkan bahwa dari segi kualitas layanan, Shopee memiliki kualitas layanan yang cukup bagus. Adanya diskon dan voucher gratis ongkir ini membuat sentimen pelanggan mengenai Shopee bagus. Tokopedia yang memiliki kualitas system availability paling tinggi diantara yang lain dengan persentase sebesar 22,17%, lalu Nilai system availability yang paling rendah adalah Shopee dimana di platform Shopee dianggap masih banyak error dan juga server down pada saat diakses. Penelitian yang dilakukan oleh Zaatariyah terdapat perbedaan antara kepuasan konsumen pengguna Shopee dan Tokopedia dengan indikator kepuasan konsumen yaitu kualitas produk dan jasa, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

SIMPULAN

Baik shopee maupun Tokopedia memiliki kualitas pelayanan elektronik yang seimbang karena meskipun shopee lebih unggul namun kualitas layanan antara shopee dan Tokopedia tidak memiliki perbedaan yang signifikan sedangkan kepuasan pelanggan antara shopee dan Tokopedia memiliki perbedaan yang signifikan namun keduanya tidak memiliki perbedaan skor yang terlalu jauh. Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat 2 variabel yaitu variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, dalam penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain dan memperluas sampel penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat A. 2023. 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023. Retrieved Juli, 5 2023 from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>.
- Arikunto, s. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: rineka cipta.
- Arikunto, s. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: rineka cipta.
- Bertuah, E., Wicaksono, S. M. (2022). *Perbandingan Perilaku Belanja Online melalui Shopee Dan Tokopedia di Masa Pandemi COVID-19*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Kusmutiarani A.W. 2023. Tokopedia VS Shopee: Pilih yang Mana?. Retrieved Juli, 5 2023 from https://www.kompasiana.com/latihidofficial/604095868ede481d4a4973c2/tokopedia-vs-shopee-pilih-yang-mana?page=3&page_images=1.
- Muharsih, L. (2019). *Aplikasi Komputer*. Universitas Buana Perjuangan Karawang.
- Putra, T. M., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2019). Analisis E-Service dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Website. *Budgeting: Journal of Business, Management and Accounting*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/budgeting.v1i1.777>.
- Sasmita, D., Ariyanti, M., & Febrianta, M. Y. (2021). Analisis Kualitas Layanan Pada Platform E-commerce Indonesia Menggunakan Topic Modeling Dan Analisis Sentimen (studi Kasus: Tokopedia, Shopee, Bukalapak). *eProceedings of Management*, 8(1).
- Sethio, E. D., Siagian, H. (2018). Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas pelanggan melalui perceived value dan kepuasan pelanggan tokopedia. *Agora*, 6(2).
- Shopee. 2023. Shopee adalah platform belanja online terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan. Retrieved Juli, 10 2023 from <https://careers.shopee.co.id/about>.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, E. (2017). Analisis Perbedaan Kualitas Pelayanan Lembaga Keuangan Mikro KSP. Mugi Lestari Syariah dengan BMT Mardhatillah Berkah. *Buana Ilmu*, 1(2).

- Suherman, E., Suroso, S., & Sumarni, N. (2022). Analisis E-Servqual dan Etika Perilaku Penjual Terhadap E-Satisfaction Shopee. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 6(2), 151-161.
- Tokopedia. 2023. Tokopedi Kisah Kami. Retrieved Juli, 10 2023 from <https://www.tokopedia.com/about/>.
- Zaatariyah, R., & Muanas, A. (2023). Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Layanan Pada Shopee Dan Tokopedia (Studi: Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta) (Doctoral dissertation, UIN Raden Mas Said).