

Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Pengguna Aplikasi Gojek di Palembang

Nova Risanty¹, Dessy Yunita², Aslamia Rosa³

¹Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, risantynova@gmail.com

²Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, dessyyunita@unsri.ac.id

³Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, aslamiarosa@unsri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Pengguna Aplikasi Gojek Di Palembang. Peneliti menggunakan data primer yang didapat dari penyebaran kepada responden menggunakan kuesioner. Penggunaan sampel penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden dan telah terkumpul sebesar 140 responden. Adapun syarat yang menjadi responden penelitian ini adalah masyarakat yang berada pada domisili di Kota Palembang, berusia ≥ 17 tahun serta menjadi pengguna aplikasi Gojek selama 1 tahun terakhir. Penelitian menggunakan teknik analisis linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction*.

Kata Kunci: E-Service Quality, E-Satisfaction, Gojek, Palembang.

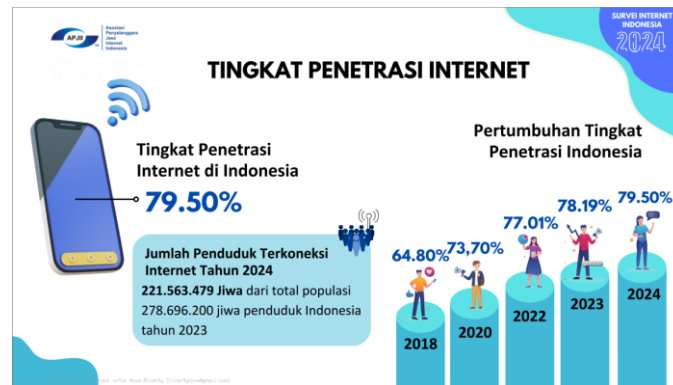
ABSTRACT

This study aims to determine the effect of E-Service Quality on E-Satisfaction among Gojek application users in Palembang. The researchers utilized primary data obtained through questionnaire distribution to respondents. The intended sample size for this study was 100 respondents, with a total of 140 respondents collected. The criteria for respondents in this study include residents domiciled of Palembang City, aged ≥ 17 years, and had used the Gojek app for the past year. The analysis technique used was multiple linear regression analysis. The research findings demonstrate a positive and significant simultaneous influence of E-Service Quality on E-Satisfaction.

Keywords : E-Service Quality, E-Satisfaction, Gojek, Palembang.

A. PENDAHULUAN

Seiring pesatnya kemajuan teknologi, berbagai aspek kehidupan manusia mengalami perubahan signifikan, termasuk dalam hal komunikasi. Salah satu inovasi yang paling berdampak adalah kehadiran telepon pintar. Perkembangan penetrasi internet di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Kondisi ini menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pemanfaatan smartphone secara luas, seiring dengan meningkatnya kebutuhan akses terhadap berbagai aplikasi digital dalam kehidupan sehari-hari (Siburian & Nawawi, 2023).

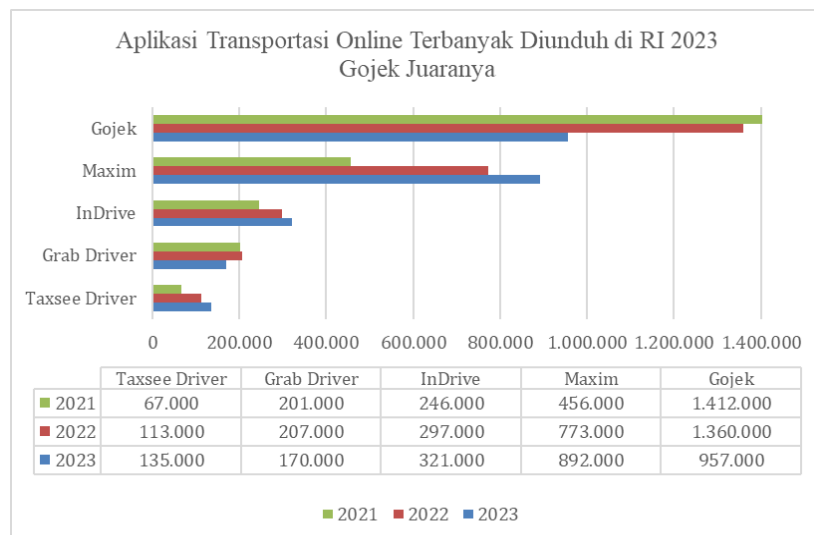


Gambar Hasil Survei Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia 2024

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), data diolah (2025)

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), jumlah penduduk terkoneksi internet di Indonesia pada tahun 2024 tercatat sebanyak 221.563.479 jiwa dari total 278.686.299 jiwa penduduk, sehingga menghasilkan tingkat penetrasi internet sebesar 79,50%. Angka ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2020 yang hanya mencapai 73,70%, atau naik sebesar 5,8% dalam kurun waktu empat tahun.

Salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat sebagai dampak langsung dari kemajuan teknologi ini adalah industri transportasi *online* di Indonesia, yang terus menunjukkan pertumbuhan signifikan melalui kehadiran berbagai platform layanan berbasis aplikasi, salah satunya adalah Gojek. Sejak resmi berdiri pada tahun 2010, Gojek Indonesia juga menunjukkan komitmen dalam memberdayakan masyarakat dengan memberikan kesempatan bagi lebih dari 3 juta individu sebagai mitra pengemudi, 5,3 juta pedagang, dan 16% pertumbuhan pengguna yang bertransaksi bulanan tahun buku 2024 (PT Goto Gojek Tokopedia Tbk, 2024a).

Gambar 5 Aplikasi Transportasi *Online* Terbanyak Diunduh RI 2023

Sumber : Databoks (Santika, 2024), data diolah (2025)

Berdasarkan data terbaru dari Databoks (2024), Gojek menjadi aplikasi transportasi *online* yang paling banyak diunduh di Indonesia, dengan rata-rata 957.000 unduhan per bulan. Meskipun mengalami penurunan dibandingkan tahun

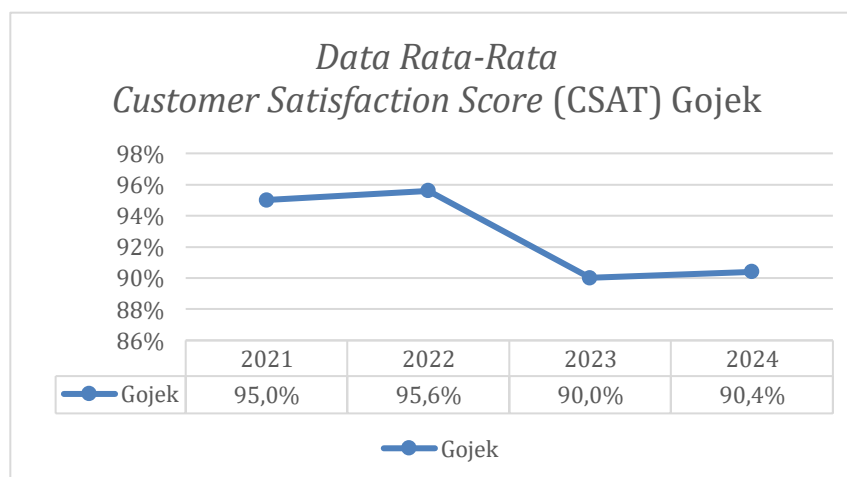
sebelumnya yang mencapai 1.36 juta unduhan per bulan, Gojek tetap unggul dibandingkan kompetitor seperti Maxim (892.000 unduhan) dan InDrive (321.000 unduhan).

Di Kota Palembang, Gojek menjadi salah satu layanan transportasi *online* yang dominan digunakan masyarakat. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Mentari & Basuki (2021) terkait analisis karakteristik pengguna angkutan *online* di kota Palembang terdapat pemilihan angkutan *online* di Palembang yang di dominasi oleh aplikasi Gojek. Hasil survei menunjukkan bahwa sebesar 44% masyarakat Palembang memilih Gojek sebagai layanan utama mereka, disusul oleh Grab sebesar 37% dan Maxim sebesar 19%.

Lebih lanjut, popularitas Gojek di Palembang ini didukung oleh studi nasional yang dilakukan oleh *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) pada tahun 2022, yang mencantumkan Palembang sebagai salah satu dari enam kota sampel survei untuk mengukur kepuasan masyarakat terhadap layanan transportasi *online*. Hasil studi INDEF (2022) menunjukkan bahwa Gojek konsisten memperoleh tingkat kepuasan di atas rata-rata industri, baik dalam layanan transportasi maupun logistik *online*.

Kepuasan pelanggan *online* (*e-satisfaction*) terhadap aplikasi seperti Gojek merupakan hasil dari kualitas layanan yang ditawarkan oleh perusahaan berbasis *online*. *E-Satisfaction*, atau kepuasan pelanggan *online*, didefinisikan sebagai hasil dari persepsi konsumen berdasarkan pengalaman mereka berbelanja *online* (Ranjbarian *et al.*, 2012).

E-Service Quality menjadi faktor penentu dalam menciptakan kepuasan pengguna aplikasi transportasi *online*. Parasuraman *et al.*, (2005) mendefinisikan *E-Service Quality* sebagai tingkat kemampuan sebuah situs web atau aplikasi dalam menyediakan pengalaman berbelanja, pembelian, dan pengiriman secara *online* yang efektif dan efisien.



Gambar Data Rata-Rata Customer Satisfaction Score (CSAT) Gojek di Indonesia tahun 2021-2024

Sumber : Laporan Keberlanjutan (Gojek, 2024b), data diolah (2025)

Meskipun tingkat kepuasan Gojek cukup tinggi dibandingkan aplikasi lain dan Gojek telah berupaya untuk meningkatkan layanan dan kepercayaan pelanggan guna memenuhi kebutuhan pelanggannya, data menunjukkan adanya penurunan persentase kepuasan pelanggan pada aplikasi Gojek. Hasil data rata-rata *Customer satisfaction score* (CSAT) Gojek mengalami perubahan yang berfluktuasi selama empat tahun terakhir. Pada tahun 2021, skor rata-rata mencapai 95%, kemudian

mengalami peningkatan menjadi 95,60% di tahun 2022. Namun, terjadi penurunan yang cukup drastis menjadi 90% pada tahun 2023. Di tahun 2024, skor rata-rata mengalami sedikit peningkatan menjadi 90,4%, meskipun belum berhasil mencapai level pencapaian tahun-tahun sebelumnya (PT Goto Gojek Tokopedia Tbk, 2024b).

Fenomena ini diperkuat dengan adanya keluhan dari pengguna aplikasi Gojek yang belum teratasi sepenuhnya. Berdasarkan data ulasan dari App Store pada tahun 2025 masih terdapat banyak keluhan dan kritik dari para pengguna aplikasi Gojek terkait *E-Service Quality* pada aplikasi Gojek. Ulasan ini mengenai kualitas aplikasi yang kurang baik yang menyebabkan kesulitan ataupun ketidaknyamanan pengguna dalam mengakses aplikasi.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai hubungan antara *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction*. Menurut hasil penelitian Putri & Hadi, (2022), *E-Service Quality* secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*. Hasil serupa juga dikemukakan oleh Yusuf *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa *E-Service Quality* secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*. Namun terdapat perbedaan pandangan dari penelitian lainnya. Çelik (2021) menemukan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* secara simultan, tetapi tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Widayanti *et al.*, (2023) yang memiliki pernyataan serupa.

B. KAJIAN TEORI

E-Service Quality

Definisi *E-Service Quality* menurut Parasuraman *et al.*, (2005) dalam artikel *A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality* adalah sejauh mana situs web dalam memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman barang secara efisien dan efektif.

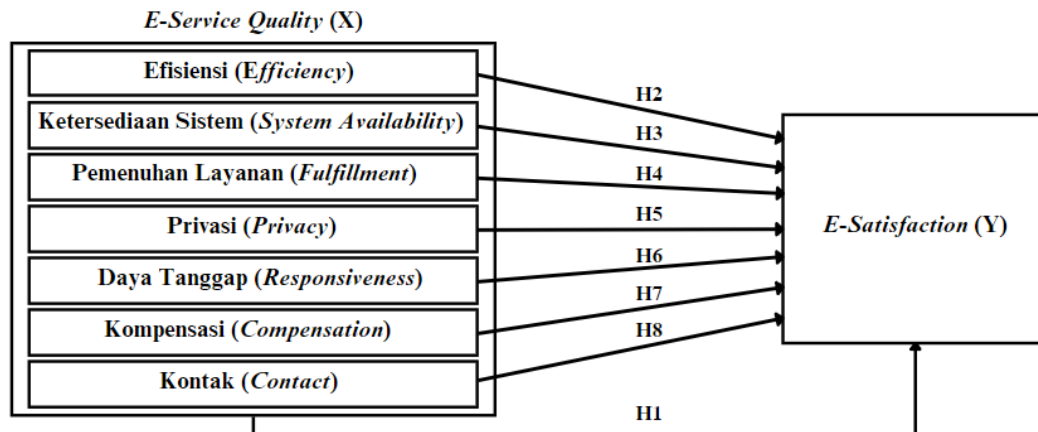
Berdasarkan pemahaman tersebut, Parasuraman *et al.*, (2005) mengembangkan dimensi pengukuran yang merujuk pada dimensi service quality. Dalam perkembangannya, *E-Service Quality* terdiri dari 7 kategori dalam *E-Service Quality*, yaitu efisiensi (*efficiency*), ketersediaan sistem (*system availability*), pemenuhan layanan (*fulfillment*), privasi (*privacy*), daya tanggap (*responsiveness*), kompensasi (*compensation*), dan kontak (*contact*).

E-Satisfaction

Menurut Ranjbarian *et al.*, (2012), *E-Satisfaction* dapat diartikan sebagai hasil dari persepsi konsumen yang terbentuk melalui pengalaman mereka dalam melakukan aktivitas belanja secara *online*. Ini mencerminkan bagaimana konsumen menilai kepuasan mereka terhadap proses belanja di internet, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *Convenience*, *Merchandising*, *Site Design*, *Security*, dan *Serviceability*.

Kerangka Konseptual

Berikut ini adalah gambaran kerangka berpikir dalam penelitian ini.



Gambar Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Hipotesis atau hipotesa adalah pernyataan sementara atau dugaan yang memiliki sifat logis mengenai suatu populasi. Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang dibuat untuk diuji atau dikaji lebih lanjut. Berdasarkan kerangka penelitian di atas maka kita dapat mengambil beberapa hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Ada pengaruh signifikan secara simultan variabel *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* pengguna aplikasi Gojek di Palembang.

H₂ – H₈ : Ada pengaruh signifikan secara parsial dimensi efisiensi (*efficiency*), ketersediaan sistem (*system availability*), pemenuhan layanan (*fulfillment*), privasi (*privacy*), daya tanggap (*responsiveness*), kompensasi (*compensation*), dan kontak (*contact*) terhadap *E-Satisfaction* pengguna aplikasi Gojek di Palembang.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain rancangan penelitian kausal untuk menganalisis hubungan antara dua variabel utama. Variabel independen (X) adalah E-Service Quality yang mencakup tujuh dimensi: efisiensi (*efficiency*), ketersediaan sistem (*system availability*), pemenuhan layanan (*fulfillment*), privasi (*privacy*), daya tanggap (*responsiveness*), kompensasi (*compensation*), dan kontak (*contact*). Variabel dependen (Y) adalah E-Satisfaction yang terdiri dari lima dimensi: kenyamanan (*convenience*), perdagangan (*merchandising*), desain situs (*site design*), keamanan (*security*), dan kemampuan melayani (*serviceability*). Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pengguna aplikasi Gojek di Palembang.

Pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Kriteria sampel ditetapkan sebagai masyarakat berdomisili di Kota Palembang, berusia ≥ 17 tahun, dan menjadi pengguna aplikasi Gojek selama 1 tahun terakhir. Mengingat populasi tidak diketahui secara pasti, penelitian menerapkan rumus Lemeshow yang menghasilkan sampel sebanyak 140 responden.

Metode analisis data meliputi pengujian instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas, pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Teknik analisis yang digunakan mencakup analisis deskriptif, koefisien determinasi, dan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F dan uji t untuk menguji pengaruh simultan dan parsial variabel penelitian.

Tabel Definisi Operasional

No.	Variabel/Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Efisiensi (<i>efficiency</i>) (X1)	Kemudahan dan kecepatan dalam mengakses serta menggunakan aplikasi secara optimal. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	1. Aplikasi memudahkan untuk menemukan layanan yang saya butuhkan. 2. Aplikasi memungkinkan saya menyelesaikan transaksi dengan cepat. 3. Aplikasi memungkinkan saya mengaksesnya dengan cepat. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	Likert
2.	Ketersediaan Sistem (<i>system availability</i>) (X2)	Kinerja teknis aplikasi yang berjalan dengan benar dan tanpa gangguan (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	1. Aplikasi dapat dibuka dan digunakan dengan segera tanpa kendala. 2. Aplikasi jarang mengalami gangguan sistem atau <i>crash</i> . 3. Aplikasi tidak mengalami <i>freeze</i> setelah saya melakukan transaksi. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	Likert
3.	Pemenuhan Layanan (<i>fulfillment</i>) (X3)	Sejauh mana janji aplikasi terkait ketersediaan layanan dan ketepatan waktu pengiriman dipenuhi dengan baik. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	1. Aplikasi mengirimkan layanan atau produk sesuai dengan yang dipesan. 2. Aplikasi memberikan informasi yang jujur mengenai layanan yang tersedia. 3. Aplikasi memberikan janji pengiriman layanan secara akurat dan dapat dipercaya. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	Likert
4.	Privasi (<i>privacy</i>) (X4)	Sejauh mana aplikasi mampu memberikan rasa aman serta melindungi informasi pribadi pengguna. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	1. Aplikasi melindungi informasi mengenai perilaku saya dalam bertransaksi secara daring. 2. Aplikasi tidak membagikan informasi personal saya kepada pihak lain. 3. Aplikasi melindungi informasi sensitif seperti data kartu kredit saya. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	Likert
5.	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) (X5)	Kemampuan aplikasi dalam menangani masalah dan pengembalian layanan secara efektif. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	1. Aplikasi menyediakan pilihan yang mudah dan praktis untuk melakukan pengembalian atau pembatalan layanan. 2. Aplikasi memberitahu dan memberi panduan yang jelas jika terjadi kendala dalam proses transaksi saya. 3. Aplikasi menangani masalah dengan cepat dan tepat. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	Likert
6.	Kompensasi (<i>compensation</i>) (X6)	Sejauh mana aplikasi memberikan kompensasi kepada pengguna atas permasalahan yang terjadi. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	1. Aplikasi memberikan kompensasi atas permasalahan yang disebabkan oleh sistemnya. 2. Aplikasi memberikan kompensasi ketika pesanan saya tidak tiba tepat waktu. 3. Aplikasi menyediakan layanan pengambilan barang yang ingin saya	Likert

			kembalikan. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	
7.	Kontak (X7)	(<i>contact</i>) Ketersediaan bantuan melalui nomor telepon atau perwakilan layanan pelanggan secara daring. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	1. Aplikasi menyediakan nomor telepon yang dapat dihubungi untuk menyampaikan keluhan atau pertanyaan. 2. Aplikasi memiliki layanan pelanggan yang tersedia secara <i>online</i> . 3. Aplikasi Menyediakan layanan yang memudahkan saya untuk berbicara langsung dengan <i>customer service</i> apabila terjadi permasalahan. (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	Likert
8.	E-Satisfaction (Y)	Hasil dari persepsi konsumen berdasarkan pengalaman mereka berbelanja <i>online</i> . (Ranjbarian <i>et al.</i> , 2012)	1. Kemudahan (<i>Convenience</i>) 2. Kelengkapan Layanan (<i>Merchandising</i>) 3. Desain Aplikasi (<i>Site Design</i>) 4. Keamanan (<i>Security</i>) 5. Layanan Pelanggan (<i>Serviceability</i>) (Ranjbarian <i>et al.</i> , 2012)	Likert

Sumber : data diolah oleh penulis, 2025

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan berikut menampilkan temuan dari riset mengenai dampak *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* Gojek di wilayah Palembang. Dalam proses pengolahan informasi yang dikumpulkan, peneliti menggunakan aplikasi SPSS 29 untuk membantu analisis data.

Tabel Uji Validitas

Dimensi	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>X (E-Service Quality)</i>				
Efisiensi (<i>efficiency</i>) (X1)	X11	.605	0.166	Valid
	X12	.653	0.166	Valid
	X13	.581	0.166	Valid
Ketersediaan Sistem (<i>system availability</i>) (X2)	X21	.531	0.166	Valid
	X22	.626	0.166	Valid
	X23	.546	0.166	Valid
Pemenuhan Layanan (<i>fulfillment</i>) (X3)	X31	.583	0.166	Valid
	X32	.552	0.166	Valid
	X33	.583	0.166	Valid
Privasi (<i>privacy</i>) (X4)	X41	.672	0.166	Valid
	X42	.636	0.166	Valid
	X43	.600	0.166	Valid
Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) (X5)	X51	.623	0.166	Valid
	X52	.658	0.166	Valid
	X53	.697	0.166	Valid
Kompensasi (<i>compensation</i>) (X6)	X61	.683	0.166	Valid
	X62	.690	0.166	Valid
	X63	.630	0.166	Valid
Kontak (<i>contact</i>) (X7)	X71	.612	0.166	Valid
	X72	.614	0.166	Valid
	X73	.638	0.166	Valid



Dimensi	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y (<i>E-Satisfaction</i>)				
Kemudahan (<i>Convenience</i>)	Y11	.524	0.166	Valid
	Y12	.645	0.166	Valid
	Y13	.509	0.166	Valid
Kelengkapan Layanan (<i>Merchandising</i>)	Y21	.560	0.166	Valid
	Y22	.625	0.166	Valid
	Y23	.509	0.166	Valid
Desain Aplikasi (<i>Site Design</i>)	Y31	.675	0.166	Valid
	Y32	.632	0.166	Valid
	Y33	.682	0.166	Valid
Keamanan (<i>Security</i>)	Y41	.733	0.166	Valid
	Y42	.650	0.166	Valid
Layanan Pelanggan (<i>Serviceability</i>)	Y51	.689	0.166	Valid
	Y52	.561	0.166	Valid
	Y53	.609	0.166	Valid

Sumber : Data diolah (IBM SPSS 29), 2025

Hasil pengujian validitas yang tertera pada tabel menampilkan bahwa setiap butir soal kedua variabel memperlihatkan r hitung lebih tinggi dari r tabel, yakni pada kisaran 0.509-0.733. Kondisi ini membuktikan bahwa semua item kuesioner telah memenuhi standar validitas dan cocok untuk digunakan dalam mengukur variabel penelitian.

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Dimensi	Cronbach's Alpha	Keterangan
X (<i>E-Service Quality</i>)	Efisiensi (<i>efficiency</i>)	.690	Reliabel
	Ketersediaan Sistem (<i>system availability</i>)	.758	Reliabel
	Pemenuhan Layanan (<i>fulfillment</i>)	.676	Reliabel
	Privasi (<i>privacy</i>)	.782	Reliabel
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	.769	Reliabel
	Kompensasi (<i>compensation</i>)	.748	Reliabel
	Kontak (<i>contact</i>)	.776	Reliabel
	<i>E-Satisfaction</i>	.869	Reliabel

Sumber : Data diolah (IBM SPSS 29), 2025

Data pada tabel memperlihatkan bahwa semua dimensi *E-Service Quality* seperti efisiensi, ketersediaan sistem, pemenuhan layanan, privasi, daya tanggap, kompensasi, dan kontak beserta variabel *E-Satisfaction* dapat diandalkan untuk penelitian. Semua variabel menunjukkan angka di atas 0,60 sehingga memenuhi kriteria reliabilitas.

Tabel Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	2.85545645
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.047
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.078
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.079
	99% Confidence Interval Lower Bound	.072
	Upper Bound	.086

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Sumber : Data diolah (IBM SPSS 29), 2025

Hasil pengujian normalitas memperlihatkan nilai p Asymp. Sig. (2-tailed) mencapai 0.078. Karena angka ini melebihi batas 0.050, maka distribusi data dalam penelitian ini dapat dikategorikan normal.

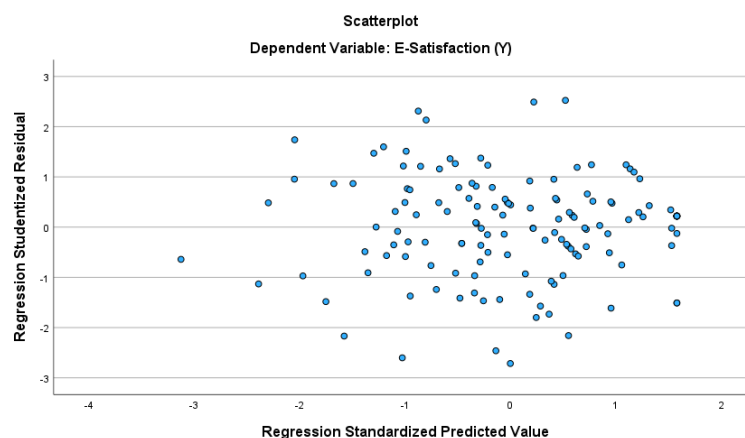
Tabel Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Efisiensi	.465	2.153
	Ketersediaan Sistem	.643	1.556
	Pemenuhan Layanan	.515	1.944
	Privasi	.543	1.843
	Daya Tanggap	.473	2.114
	Kompensasi	.455	2.198
	Kontak	.544	1.839

a. Dependent Variable: E-Satisfaction (Y)

Sumber : Data diolah (IBM SPSS 29), 2025

Pengujian multikolinearitas menampilkan bahwa nilai tolerance setiap variabel bebas berada dibawah 0.10 dan tidak ada nilai VIF yang melampaui 10. Kondisi ini membuktikan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi yang digunakan.



Gambar Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber : Data diolah (IBM SPSS 29), 2025



Gambar *scatterplot* dari pengujian heterokedastisitas memperlihatkan sebaran titik yang acak tanpa membentuk pola khusus, tersebar dibawah angka 0 hingga sumbu Y. Kondisi ini menandakan bahwa model penelitian tidak mengalami masalah heterokedastisitas.

Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.905 ^a	.820	.810	2.93019	2.136

a. Predictors: (Constant), Kontak, Ketersediaan Sistem, Privasi, Pemenuhan Layanan, Daya Tanggap, Efisiensi, Kompensasi

b. Dependent Variable: E-Satisfaction (Y)

Sumber : Data diolah (IBM SPSS 29), 2025

Nilai Durbin-Watson yang diperoleh adalah 2.136, lebih tinggi dari batas (Du) yaitu 1.7529. Sementara nilai 4-Du mencapai 2.2471. Karena dalam kisaran $1,7529 < 2,136 < 2,2471$ ($dU < d < 4 - dU$), maka model regresi tidak menunjukkan gejala autokorelasi.

Tabel Hasil Uji F Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5152.388	7	736.055	85.727	<.001 ^b
	Residual	1133.355	132	8.586		
	Total	6285.743	139			

a. Dependent Variable: E-Satisfaction (Y)

b. Predictors: (Constant), Kontak, Ketersediaan Sistem, Privasi, Pemenuhan Layanan, Daya Tanggap, Efisiensi, Kompensasi

Sumber : Data diolah (IBM SPSS 29), 2025

Hasil menunjukkan nilai F hitung 85.727 yang sangat melampaui F Tabel 2,08 dengan tingkat signifikansi (<0.001) dibawah 0.05. Kondisi ini berarti H_0 tidak diterima dan H_1 **diterima**, menunjukkan bahwa seluruh dimensi *E-Service Quality* secara bersamaan memberikan dampak pada *E-Satisfaction*.

Tabel Hasil Uji T Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.250	2.354		3.080	.003
	Efisiensi	.691	.227	.165	3.043	.003
	Ketersediaan Sistem	.791	.143	.255	5.539	<.001
	Pemenuhan Layanan	.562	.210	.138	2.671	.009
	Privasi	.798	.166	.241	4.798	<.001
	Daya Tanggap	.356	.175	.109	2.033	.044
	Kompensasi	.302	.163	.102	1.853	.066
	Kontak	.643	.173	.186	3.709	<.001

a. Dependent Variable: E-Satisfaction (Y)

Sumber : Data diolah (IBM SPSS 29), 2025

Tabel diatas menunjukkan nilai t pada tiap variabel independent sebesar 3.043, 5.539, 2.671, 4.798, 2.033, 1.853 dan 3.709. berdasarkan nilai t tabel yaitu 1,978, dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka dari itu:

1. Hipotesis 2 variabel efisiensi (*efficiency*) pada **H₂ dapat diterima.**
2. Hipotesis 3 variabel ketersediaan sistem (*system availability*) pada **H₃ dapat diterima.**
3. Hipotesis 4 variabel pemenuhan layanan (*fulfillment*) pada **H₄ dapat diterima.**
4. Hipotesis 5 variabel privasi (*privacy*) pada **H₅ dapat diterima.**
5. Hipotesis 6 variabel daya tanggap (*responsiveness*) pada **H₆ dapat diterima.**
6. Hipotesis 7 variabel kompensasi (*compensation*) pada **H₇ ditolak.**
7. Hipotesis 8 variabel kontak (*contact*) pada **H₈ dapat diterima.**

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.905 ^a	.820	.810	2.93019	2.136

a. Predictors: (Constant), Kontak, Ketersediaan Sistem, Privasi, Pemenuhan Layanan, Daya Tanggap, Efisiensi, Kompensasi

b. Dependent Variable: E-Satisfaction (Y)

Sumber : Data diolah (IBM SPSS 29), 2025

Angka koefisiensi determinasi (R²) 0.820 menunjukkan bahwa 82% perubahan *E-Satisfaction* dapat diprediksi melalui variabel bebas dalam studi ini, sementara 18% sisanya dipengaruhi faktor lain. Nilai *Adjusted R²* sebesar 0.810 mengidentifikasi bahwa model regresi yang diterapkan sudah memadai dan efektif meski melibatkan banyak variabel bebas.

Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.250	2.354		3.080	.003
	Efisiensi	.691	.227	.165	3.043	.003
	Ketersediaan Sistem	.791	.143	.255	5.539	<.001
	Pemenuhan Layanan	.562	.210	.138	2.671	.009
	Privasi	.798	.166	.241	4.798	<.001
	Daya Tanggap	.356	.175	.109	2.033	.044
	Kompensasi	.302	.163	.102	1.853	.066
	Kontak	.643	.173	.186	3.709	<.001

a. Dependent Variable: E-Satisfaction (Y)

Sumber : Data diolah (IBM SPSS 29), 2025

Data dalam tabel memperlihatkan angka konstanta 7.250 dan koefisiensi untuk setiap dimensi *E-Service Quality*: efisiensi (0.691), ketersediaan sistem (0.791), pemenuhan layanan (0.562), privasi (0.798), daya tanggap (0.356), kompensasi (0.302), dan kontak (0.643), maka diperoleh persamaan model regresi penelitian ini, yaitu:

$$Y = 7.250 + 0.691 X_1 + 0.791 X_2 + 0.562 X_3 + 0.798 X_4 + 0.356 X_5 + 0.302 X_6 + 0.643 X_7$$



Konstanta positif sebesar 7,250 mengindikasikan adanya hubungan yang searah antara variabel bebas dan terikat. Ini berarti jika semua variabel bebas bernilai nol, *E-Satisfaction* masih akan memiliki nilai dasar sebesar 7,250.

Setiap koefisien menggambarkan besarnya dampak masing-masing dimensi:

1. Efisiensi: setiap penambahan satu unit akan menaikkan *E-Satisfaction* sebesar 0.691
2. Ketersediaan sistem: setiap penambahan satu unit akan menaikkan *E-Satisfaction* sebesar 0.791
3. Pemenuhan layanan: setiap penambahan satu unit akan menaikkan *E-Satisfaction* sebesar 0.562
4. Privasi: setiap penambahan satu unit akan menaikkan *E-Satisfaction* sebesar 0.798
5. Daya tanggap: setiap penambahan satu unit akan menaikkan *E-Satisfaction* sebesar 0.356
6. Kompensasi: setiap penambahan satu unit akan menaikkan *E-Satisfaction* sebesar 0.302
7. Kontak: setiap penambahan satu unit akan menaikkan *E-Satisfaction* sebesar 0.643

Dampak simultan *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction*

Kepuasan elektronik menjadi elemen krusial dalam penggunaan aplikasi digital. Konsep ini merujuk pada persepsi konsumen yang terbentuk dari pengalaman belanja *online* mereka (Ranjbarian et al., 2012). Salah satu faktor utama yang mempengaruhi tingkat *E-Satisfaction* dan perlu menjadi perhatian perusahaan adalah *E-Service Quality*. Hasil uji F menampilkan nilai signifikansi 0,00 ($\text{sig } F \text{ } 0.00 < 0.05$), membuktikan bahwa seluruh dimensi *E-Service Quality* secara bersamaan memberikan pengaruh bermakna terhadap *E-Satisfaction* pengguna Gojek. Temuan ini menyatakan bahwa hipotesis **H1 dapat diterima**.

Ketujuh dimensi *E-Service Quality* tersebut saling terkait dan bersinergi menciptakan pengalaman digital yang menyeluruh bagi pengguna Gojek. Nilai R^2 sebesar 0.820 menunjukkan bahwa 82% variasi *E-Satisfaction* dapat dijelaskan oleh ketujuh dimensi *E-Service Quality* secara bersamaan, sedangkan 18% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Temuan ini konsisten dengan studi sebelumnya oleh berbagai peneliti seperti Budiman et al., (2020) Daniati & Roostika, (2021), Wijaya (2021), Rahmawaty et al., (2021), Syahidah & Aransyah (2023), Purnamasari & Suryandari (2023), Widayanti et al., (2023), Julyani & Setiawardani (2024), Kuska et al., (2024), dan Aulia et al., (2025) yang juga menemukan pengaruh signifikan *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* secara simultan.

Dampak parsial variabel *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction*

Pengujian hipotesis individual (uji t) bertujuan mengidentifikasi pengaruh masing-masing dimensi *E-Service Quality* secara parsial terhadap *E-Satisfaction*. Hasil analisis menunjukkan bahwa enam dari tujuh dimensi *E-Service Quality* memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 dan nilai t hitung yang melebihi t tabel. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar dimensi *E-Service Quality* secara individual memberikan pengaruh yang bermakna terhadap *E-Satisfaction* pengguna aplikasi Gojek di Palembang.

Dimensi efisiensi (*efficiency*) menunjukkan pengaruh positif terhadap *E-Satisfaction* dengan nilai t hitung 3,043 > t tabel 1,978 dan signifikansi 0,003 < 0,05,

sehingga hipotesis **H2 diterima**. Hasil ini konsisten dengan riset Ashoer *et al.* (2020), Pranitasari & Sidqi (2021), Hendrayanti & Pratama (2021), Hendrayanti (2021), Yusuf *et al.* (2021), Putri & Hadi (2022), Puranda *et al.* (2022), Utomo & Hidayat (2023), dan Widayanti *et al.* (2023). Menurut Parasuraman *et al.* (2005), efisiensi adalah kemudahan dan kecepatan dalam mengakses serta menggunakan aplikasi secara optimal. Dalam aplikasi Gojek, efisiensi terwujud melalui tampilan yang mudah digunakan, proses pemesanan yang sederhana, dan integrasi berbagai layanan dalam satu aplikasi.

Dimensi ketersediaan sistem (*system availability*) memiliki pengaruh positif dengan nilai t hitung $5,539 > t$ tabel $1,978$ dan signifikansi $<0,001$, sehingga hipotesis **H3 diterima**. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ashoer *et al.* (2020), Yusuf *et al.* (2021), Çelik (2021), Putri & Hadi (2022), Puranda *et al.* (2022), Utomo & Hidayat (2023), dan Widayanti *et al.* (2023). Ketersediaan sistem terwujud melalui stabilitas server, uptime yang konsisten, dan sistem backup yang *robust* untuk mencegah *downtime*.

Dimensi pemenuhan layanan (*fulfillment*) berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung $2,671 > t$ tabel $1,978$ dan signifikansi $0,009 < 0,05$, sehingga hipotesis **H4 diterima**. Hasil ini konsisten dengan riset Ashoer *et al.* (2020), Hendrayanti & Pratama (2021), Hendrayanti (2021), Yusuf *et al.* (2021), Çelik (2021), Putri & Hadi (2022), Puranda *et al.* (2022), Utomo & Hidayat (2023), dan Widayanti *et al.* (2023). Pemenuhan layanan terwujud melalui akurasi pesanan, ketepatan waktu pengantaran, dan konsistensi kualitas service delivery.

Dimensi privasi (*privacy*) menunjukkan pengaruh positif dengan nilai t hitung $4,798 > t$ tabel $1,978$ dan signifikansi $<0,001$, sehingga hipotesis **H5 diterima**. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ashoer *et al.* (2020), Yusuf *et al.* (2021), Putri & Hadi (2022), Puranda *et al.* (2022), Utomo & Hidayat, (2023), dan Widayanti *et al.* (2023). Privasi terwujud melalui sistem enkripsi data end-to-end, kebijakan data protection yang ketat, dan transparansi dalam penggunaan data personal.

Dimensi daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung $2,033 > t$ tabel $1,978$ dan signifikansi $0,044 < 0,05$, sehingga hipotesis **H6 diterima**. Hasil ini konsisten dengan riset Ashoer *et al.* (2020), Pranitasari & Sidqi (2021), Hendrayanti (2021), Yusuf *et al.* (2021), Çelik (2021), Putri & Hadi (2022), dan Puranda *et al.* (2022). Daya tanggap terwujud melalui sistem customer service yang responsif, fitur help center yang komprehensif, dan mekanisme refund yang mudah.

Dimensi kompensasi (*compensation*) tidak berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung $1,853 < t$ tabel $1,978$ dan signifikansi $0,066 > 0,05$, sehingga hipotesis **H7 ditolak**. Hasil ini konsisten dengan riset Pranitasari & Sidqi (2021), Hendrayanti (2021), Puranda *et al.* (2022), dan Widayanti *et al.* (2023). Rendahnya pengaruh kompensasi mengindikasikan adanya kesenjangan antara ekspektasi pengguna dengan ketersediaan kompensasi yang bersifat *conditional*.

Dimensi kontak (*contact*) memiliki pengaruh positif dengan nilai t hitung $3,709 > t$ tabel $1,978$ dan signifikansi $<0,001$, sehingga hipotesis **H8 diterima**. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ashoer *et al.* (2020), Hendrayanti (2021), Hendrayanti & Pratama (2021), Yusuf *et al.* (2021), Putri & Hadi (2022), Puranda *et al.* (2022), dan Utomo & Hidayat (2023). Kontak terwujud melalui *multi-channel customer support* yang mencakup *in-app chat*, *call center 24/7*, dan *email support* terintegrasi.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang dikemukakan serta hasil penelitian dan pembahasan. Diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut : Secara simultan, *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* pengguna aplikasi Gojek di Palembang. Secara parsial, dimensi efisiensi (*efficiency*) (X_1), ketersediaan sistem (*system availability*) (X_2), pemenuhan layanan (*fulfillment*) (X_3), privasi (*privacy*) (X_4), daya tanggap (*responsiveness*) (X_5), dan kontak (*contact*) (X_7) terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* (Y) pengguna aplikasi Gojek di Palembang. Namun, dimensi kompensasi (*compensation*) (X_6) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *E-Satisfaction* (Y) pengguna aplikasi Gojek di Palembang. Dari hasil analisis regresi linear berganda, ditemukan dimensi efisiensi (*efficiency*) merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi tingkat *E-Satisfaction* pengguna aplikasi Gojek di Palembang.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan rekomendasi bagi Gojek dalam mempertahankan kualitas layanan yang sudah baik dan terus mengoptimalkan dimensi-dimensi yang masih perlu diperbaiki menurut persepsi pengguna. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengoptimalkan *E-Service Quality*. Untuk dimensi efisiensi (*efficiency*), perusahaan diharapkan terus mempertahankan keunggulan dalam kemudahan pencarian layanan sambil meningkatkan optimalisasi kecepatan transaksi dan akses aplikasi. Disarankan untuk melakukan perbaikan infrastruktur *server*, optimalisasi algoritma *processing*, dan penyederhanaan *flow* transaksi. Pada dimensi ketersediaan sistem (*system availability*), Gojek perlu fokus pada peningkatan stabilitas sistem mengingat masih terdapat pengguna yang mengalami gangguan sistem dan *freeze* setelah transaksi. Perusahaan disarankan memperkuat infrastruktur *cloud computing* dan meningkatkan sistem monitoring *real-time* untuk mengurangi *technical issues*.

Dimensi pemenuhan layanan (*fulfillment*) memerlukan peningkatan akurasi estimasi waktu pengiriman melalui optimalisasi algoritma prediksi dan koordinasi dengan mitra driver. Untuk dimensi privasi (*privacy*), perusahaan harus meningkatkan transparansi penggunaan data perilaku pengguna dengan memberikan edukasi komprehensif mengenai kebijakan privasi. Dimensi daya tanggap (*responsiveness*) memerlukan prioritas peningkatan kecepatan penyelesaian masalah dengan mengurangi *dependency* pada *automated response* dan mempercepat proses *escalation*. Pada dimensi kontak (*contact*), Gojek perlu meningkatkan aksesibilitas komunikasi langsung dengan menyederhanakan proses *connecting* ke *human agent*. Terakhir, dimensi kompensasi (*compensation*) memerlukan evaluasi kebijakan kompensasi dengan meninjau nilai kompensasi agar lebih proporsional dan mempercepat proses pemberian kompensasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashoer, M., Taufan, R. R., Syahnur, M. H., & Arumbarkah, A. M. (2020). *Determinants of Consumers' E-satisfaction in E-commerce Website: Role of E-service Quality Dimensions*. 8(2), 113–118.
<https://doi.org/10.24940/theijbm/2020/v8/i2/ BM2002-050>

- Aulia, A., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2025). The Impact of E-Service and E-Trust on E-Loyalty with E-Satisfaction as a Mediating Variable. *International Journal of Economics and Management Research*, 4(2), 08–27. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i2.348>
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E- Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Profit*, 14(01), 1–11. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.1>
- Çelik, K. (2021). The effect of e-service quality and after-sales e-service quality on e-satisfaction. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(3), 1137–1155. <https://doi.org/10.15295/bmij.v9i3.1898>
- Daniati, T., & Roostika, R. R. (2021). The Effect of Website Design Quality, E-Service Quality, and Brand Image on E-Satisfaction and E-Loyalty of E-Commerce Customers. *International Journal of Research and Scientific Innovation*, 08(10), 119–126. <https://doi.org/10.51244/ijrsi.2021.81005>
- Hendrayanti, S. (2021). Menciptakan E-Satisfaction Melalui E-Service Quality Pada Situs Tokopedia. *Proceeding Seminar Nasional & Call for Paper*, 721–733. <https://prosiding.stie-aas.ac.id/index.php/prosenas/article/view/167>
- Hendrayanti, S., & Pratama, A. (2021). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Di Situs Bukalapak. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS*, 2(1), 1–13. <http://eprosiding.stiesemarang.ac.id/index.php/SNMAS/article/view/56>
- INDEF. (2022). Mengupas Industri Transportasi & Logistik Online di Indonesia: Kondisi Pasca Pandemi. *Survey Result INDEF*.
- Julyani, A., & Setiawardani, M. (2024). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Shopeefood Di Kota Bandung). *Buletin Studi Ekonomi*, 29(02), 181. <https://doi.org/10.24843/bse.2024.v29.i02.p07>
- Kuska, D. A. R., Wijayanto, H., & Santoso, A. (2024). Improving The E-Satisfaction and E-Loyalty Based on E-Trust and E-Service Quality on Shopee Customer. *Journal of Consumer Sciences*, 9(1), 22–39. <https://doi.org/10.29244/jcs.9.1.22-39>
- Mentari, Y., & Basuki, I. (2021). Analisis Karakteristik Pengguna Angkutan Online Di Kota Palembang Pada Masa Pandemi Covid-19. In Hermawan (Ed.), *Prosiding Konferensi Nasional Teknik Sipil 15(KoNTekS 15)* (pp. 856–874). Penerbit ITB. <https://e-journal.uajy.ac.id/28411/>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) APJII (Asosiasi. (2024). Internet Indonesia. *Survei Penetrasi Internet Indonesia*, 1–90. <https://survei.apjii.or.id/survei/group/9>
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 12–31. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438>



- PT Goto Gojek Tokopedia Tbk. (2024a). An Encompassing Growth. *Laporan Tahunan GOTO*.
- PT Goto Gojek Tokopedia Tbk. (2024b). Committed to Sustainable Growth. *Laporan Keberlanjutan GOTO*.
- Puranda, N. R., Ariyanti, M., & Ghina, A. (2022). The Effect of E-Service Quality on E-Loyalty With E-Satisfaction as an Intervening for GoFood Application Users. *Italienisch*, 12(1), 218–226. <http://www.italienisch.nl/index.php/VerlagSauerlander/article/view/189>
- Purnamasari, I., & Suryandari, R. T. (2023). Effect of E-Service Quality on E-Repurchase Intention in Indonesia Online Shopping: E-Satisfaction and E-Trust as Mediation Variables. *European Journal of Business and Management Research*, 8(1), 155–161. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.1.1766>
- Putri, S. A., & Hadi, C. (2022). Pengaruh E-service Quality dan E-trust terhadap E-satisfaction pada Pengguna Grab-Food Dari Generasi Z. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 2(1), 742–749. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v2i1.36560>
- Rahmawaty, S., Rustandi Kartawinata, B., Akbar, A., & Indra Wijaksana, T. (2021). The Effect of E-Service Quality and E-Trust on E-Customer Loyalty Through E-Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Gopay Users in Bandung). *Proceedings of the 11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Singapore*, 5495–5506.
- Ranjbarian, B., Fathi, S., & Rezael, Z. (2012). Factors Influencing on Customers' E-Satisfaction: A case Study from Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(9), 1496–1511.
- Santika, E. F. (2024). 5 Aplikasi Transportasi Online dengan Rerata Unduhan Terbanyak di Indonesia (2022-2023). Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/4e49e3af7a225fe/aplikasi-transportasi-online-terbanyak-diunduh-di-ri-2023-gojek-juaranya>
- Siburian, N. A., & Nawawi, Z. M. (2023). Penggunaan Internet dan Peluang Berwirausaha di Indonesia. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 2(3), 183–192. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v2i3.5520>
- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(1), 36–44. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i1.1593>
- Utomo, T. Y., & Hidayat, A. M. (2023). The Intervening Role Of E-Satisfaction In Relationships Between E-Service Quality And E-Loyalty: Case Of Bni Mobile Banking In Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 671–687. <https://doi.org/DOI: http://dx. doi.org/10.21776/ub.jam.2022.021.03.09>
- Widayanti, D. A., Rahayu, S., & Hariyanti. (2023). Pengaruh Kualitas E-Service terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-commerce Shopee. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnistikproperti*, 2(1), 352–366.

- Wijaya, C. H. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Price Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Tokopedia. *Agora*, 9(1), 1–6.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., Dewi, R., & Nurdin, J. (2021). E-Servqual: How E-Servqual Can Influence E-Satisfaction in Shopee. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187(Gcbme 2020), 380–384. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.075>

