



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



## Analisis Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan ShopeePayLater

<sup>1</sup> Alvera, <sup>2</sup> Muhammad Farid Pratama Perangin-angin, <sup>3</sup> Kelvin, <sup>4</sup> Grezelda, <sup>5</sup> Clara  
<sup>12345</sup>Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Sumatera Utara, Indonesia  
e-mail: [alveranamel@gmail.com](mailto:alveranamel@gmail.com)

### ABSTRACT

This research aims to find out whether the ease of use has any effect on customer satisfaction when using ShopeePayLater. This is supported by the growth of e-commerce globally where most people nowadays use e-commerce to purchase their needs and wants. Therefore, the need for payment methods that suit consumer lifestyles and preferences is becoming increasingly needed. In the midst of fierce competition in the e-commerce industry, ease of use is the main key to the acceptance and success of ShopeePayLater. Seeing that the population cannot be measured, this research was conducted on 45 respondents that use Shopee. The research method that was used in this research was descriptive quantitative method and the sampling technique used is simple random sampling technique. Data was collected by distributing questionnaires using google form and later the survey data descriptively analyzed. The result of this study shows that 57.8% of the 45 respondents are satisfied with the ease-of-use ShopeePayLater while the remaining 42.2% of the 45 respondents are dissatisfied.

**Keywords:** customer satisfaction; ease of use; e-commerce; Shopee; ShopeePayLater

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan saat menggunakan ShopeePayLater. Hal ini didukung oleh pertumbuhan e-commerce secara global dimana sebagian besar masyarakat saat ini menggunakan *e-commerce* untuk membeli kebutuhan dan keinginan mereka. Kebutuhan akan metode pembayaran yang sesuai dengan gaya hidup dan preferensi konsumen menjadi semakin mendesak. Di tengah persaingan sengit di industri e-commerce, kemudahan penggunaan menjadi kunci utama dalam penerimaan dan keberhasilan ShopeePayLater. Mengingat populasinya tidak dapat diukur, maka penelitian ini dilakukan pada 45 responden pengguna Shopee. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* dan kemudian data survei dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 57,8% dari total 45 responden merasa puas dengan kemudahan penggunaan ShopeePayLater sedangkan sisanya sebesar 42,2% dari total 45 responden merasa tidak puas. Saran terhadap peneliti selanjutnya yaitu agar peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut terhadap kedalaman pemahaman dan pengetahuan responden dalam penggunaan ShopeePayLater untuk melihat dampak kepuasan pelanggan pada penggunaan ShopeePayLater.



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



**Kata Kunci:** e-commerce, Kemudahan penggunaan, Kepuasan pelanggan, Shopee, dan ShopeePayLater

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan globalisasi telah menciptakan perubahan paradigma konsumen dalam hal berbelanja, mengalami pergeseran besar-besaran dari pembelian tradisional ke transaksi online. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan evolusi gaya hidup masyarakat, tetapi juga membentuk wajah baru dalam perekonomian global. Dalam konteks ini, e-commerce muncul sebagai manifestasi utama dari perubahan tersebut, tumbuh menjadi kekuatan besar yang membawa peluang yang luas bagi konsumen untuk berbelanja tanpa batasan geografis dan waktu.

E-commerce, sebagai platform berbasis online, membuka pintu akses ke berbagai produk dan layanan dari seluruh dunia. Pilihan yang lebih beragam dan ketersediaan produk yang lebih luas tidak hanya memperkaya pengalaman berbelanja, tetapi juga mengubah cara konsumen berinteraksi dengan merek dan penjual. Di tengah dinamika ini, pembayaran menjadi aspek krusial, dan Shopee, sebagai pemain utama dalam industri e-commerce, menyadari perlunya solusi inovatif.

Dalam menghadapi tantangan baru yang muncul seiring dengan pertumbuhan e-commerce, Shopee merespons dengan memperkenalkan ShopeePayLater. Layanan ini tidak hanya memberikan kenyamanan bagi konsumen, tetapi juga menghadirkan pendekatan baru terhadap pembayaran. ShopeePayLater memberikan fleksibilitas kepada konsumen dengan memungkinkan mereka untuk menunda pembayaran hingga beberapa waktu setelah melakukan transaksi, menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih terjangkau dan sesuai dengan kebutuhan individu. Inovasi ini mencerminkan komitmen Shopee untuk terus beradaptasi dengan perkembangan industri dan memberikan solusi yang relevan untuk memenuhi harapan konsumen di era e-commerce yang terus berkembang.

Pesatnya pertumbuhan e-commerce telah menghadirkan paradoks baru di antara konsumen: semakin mudahnya akses ke berbagai produk, semakin kompleks pilihan pembayaran yang dihadapi oleh konsumen modern. Kondisi ini mendorong kebutuhan akan metode pembayaran yang sesuai dengan gaya hidup dan preferensi konsumen, yang semakin mendesak untuk diatasi. Dalam konteks ini, ShopeePayLater muncul sebagai solusi inovatif yang menjawab tantangan ini, memberikan konsumen fleksibilitas finansial yang lebih besar dalam proses berbelanja online.



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Era e-commerce memberikan kemudahan tak terbatas dalam menemukan dan membeli produk dari berbagai penjuru dunia. Namun, bersamaan dengan kemudahan tersebut, muncul kompleksitas dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing konsumen. ShopeePayLater hadir untuk merespons paradoks ini dengan memberikan solusi pembayaran yang memberikan keleluasaan kepada konsumen.

Fitur pembayaran ini memungkinkan pengguna Shopee untuk melakukan pembelian tanpa harus membayar secara langsung pada saat transaksi. Sebaliknya, mereka diberikan opsi untuk membayar dalam jangka waktu tertentu setelah menerima barang. Pendekatan ini memberikan konsumen kebebasan untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, memungkinkan mereka untuk merencanakan pembayaran sesuai dengan situasi finansial mereka.

Awalnya uang elektronik diterbitkan oleh sejumlah bank dalam bentuk kartu, namun seiring berkembangnya zaman kini muncul uang elektronik berbasis aplikasi yang lebih memudahkan penggunaannya tanpa harus mengeluarkan kartu atau mengambil kartu kemanamana (Sri Rezeki et al., 2020).

ShopeePayLater tidak hanya menjadi solusi praktis dalam mengatasi kompleksitas pembayaran, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman berbelanja konsumen. Dengan memberikan fleksibilitas pembayaran, ShopeePayLater menciptakan lingkungan berbelanja yang lebih ramah pengguna, menekankan kenyamanan dan kebebasan finansial bagi konsumen modern yang cerdas. Sebagai inovasi terkini dalam industri e-commerce, ShopeePayLater mengukuhkan perannya sebagai solusi yang mendukung evolusi dinamis dari cara konsumen berinteraksi dengan dunia berbelanja online.

Di tengah persaingan sengit di industri e-commerce, kemudahan penggunaan menjadi kunci utama dalam penerimaan dan keberhasilan ShopeePayLater. Proses pendaftaran yang sederhana, antarmuka pengguna yang intuitif, dan manajemen pembayaran yang efisien merupakan elemen-elemen utama yang memastikan bahwa inovasi ini dapat diakses dan digunakan dengan mudah oleh berbagai lapisan masyarakat. Menurut Basu (2008:39), kemudahan adalah suatu pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau pelayanan yang dianggap relatif mudah, nyaman, dan efisien.

Namun, kemudahan penggunaan sendiri tidaklah cukup. Pemahaman akan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks belanja online perlu dieksplorasi lebih lanjut. Kepuasan Pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang harapannya yang telah terpenuhi atau terlampaui (Edwin Sugesti Nasution & Muammar Rinaldi, 2021).



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Sebagaimana yang dinyatakan oleh Kotler (2000:36), kepuasan pelanggan dapat diukur melalui tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh proses pembayaran yang mudah, tetapi juga oleh faktor-faktor lain seperti kualitas produk dan layanan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mendalami ke dalam hubungan antara kemudahan penggunaan ShopeePayLater dan tingkat kepuasan pelanggan dalam keseluruhan pengalaman berbelanja online. Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang penting dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Jika fasilitas yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya, maka pelanggan akan merasa puas. (Erica et al., 2022)

Metodologi penelitian ini merangkum dua pendekatan penting: kuantitatif dan kualitatif. Survei online akan memberikan gambaran kuantitatif tentang persepsi pelanggan terhadap kemudahan penggunaan ShopeePayLater dan sejauh mana itu mempengaruhi tingkat kepuasan mereka. Di sisi lain, wawancara mendalam dengan sejumlah responden akan memberikan wawasan kualitatif yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan ShopeePayLater dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga terhadap pemahaman kita tentang bagaimana inovasi pembayaran seperti ShopeePayLater dapat memengaruhi perilaku konsumen dan secara keseluruhan meningkatkan kepuasan pelanggan di dalam ranah e-commerce. Dengan memberikan wawasan ini, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi perusahaan e-commerce untuk memperbaiki dan mengembangkan strategi pemasaran serta fitur pembayaran, menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik secara menyeluruh. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menggambarkan pergeseran dari fenomena umum e-commerce ke fenomena yang lebih mendetail dan kontekstual, tetapi juga membuka pintu untuk inovasi lebih lanjut dalam menciptakan layanan pembayaran yang lebih baik di masa depan.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan ShopeePayLater pernah dilakukan oleh Sayyidah Nafisah dan Sulthan Atha Muhammad (2023) di Jawa Timur, Indonesia dan mendapatkan hasil bahwa kepuasan pelanggan terhadap ShopeePayLater dipengaruhi oleh kualitas sistem dan informasi yang baik, penggunaan yang tinggi, serta potensi adanya kualitas layanan yang baik. Namun, pada penelitian terdahulu ini terdapat kekurangan yaitu penulis hasil penelitian yang terbatas pada faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



ShopeePayLater. Oleh karena itu, dalam penelitian ini kami akan mengembangkan penelitian terdahulu dalam menentukan seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan dalam menentukan kepuasan pelanggan ketika menggunakan ShopeePayLater.

Menurut Kotler et al., (2021), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Dan menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima, kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima).

Menurut Tjiptono (2019) mengatakan bahwa kepuasan adalah hasil dari penilaian yang dilakukan oleh konsumen dengan hasil yang dirasakan bahwa produk yang dibeli memiliki kualitas di atas harapannya. Menurut Oliver (2019) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja / hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai hasil dari evaluasi yang dilakukan oleh konsumen, dimana mereka merasakan bahwa produk yang dibeli melebihi harapan mereka dalam hal kualitas. Ini mencerminkan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapan awal. Dengan kata lain, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan yang dimiliki. Menurut Hawkins dan Lonney di kutip dalam Tjiptono (2004:101) indikator kepuasan pelanggan terdiri dari: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

Berdasarkan Jogiyanto (2019:934) persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Menurut Jogiyanto (2016:134) persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan atau tidak sulit untuk dipahami maka dia akan menggunakannya.

Jadi secara umum persepsi kemudahan penggunaan mencerminkan keyakinan seseorang terhadap kemampuan suatu teknologi untuk digunakan dengan jelas tanpa memerlukan usaha berlebihan. Ini juga mencakup kepercayaan terhadap proses pengambilan keputusan, di mana keyakinan bahwa suatu sistem informasi mudah



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



digunakan atau tidak sulit dipahami akan mendorong seseorang untuk aktif menggunakannya. Adapun indikator kemudahan yang merujuk pada Amijaya, (2010), yaitu: efisiensi waktu, kemampuan melakukan transaksi, kemudahan operasional, dan penggunaan yang fleksibel.

## C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dimana riset kuantitatif yang mendeskripsikan hasil riset dengan angka atau numerik (statistik). Pengumpulan data dilakukan dengan cara pembagian kuesioner menggunakan *google form* yang berisikan pertanyaan yang kemudian akan diisi oleh responden untuk mendapatkan informasi atau data yang relevan mengenai pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini meliputi data primer. Menurut Sugiyono (2016:308) data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi shopee. Menurut Hair et al (2018) bahwasannya rasio sampel dengan variabel tidak kurang dari 5:1. Maka, ukuran sampel minimum adalah 35 responden dan berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan peneliti berhasil mengumpulkan data sebanyak 45 responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2017) simple random sampling adalah pengambilan anggot sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil dan pembahasan yang didapatkan dari hasil penelitian “Analisis Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan ShopeePayLater”. Berdasarkan hasil dari penelitian yang didapatkan, dapat dilihat ada 6 tabel dari penelitian ini, dengan rumus perolehan persentase:

$$\% = \frac{\text{jumlah responden yang memilih}}{\text{jumlah total keseluruhan responden}} \times 100$$

Jumlah responden yang bersedia berpartisipasi sebanyak 45 orang dan seluruh responden tersebut merupakan pengguna aplikasi Shopee. Berdasarkan jenis kelamin, hasil penelitian menunjukkan 53,3 % dari total 45 responden yang mengisi kuesioner tersebut ialah wanita. Sedangkan 46,7 % dari total 45 responden berjenis kelamin lelaki. Mayoritas usia responden yang mengisi kuesioner ialah 15-25 tahun dengan presentase 84.4% dari total 45 responden, yang kemudian diikuti oleh responden yang berusia 26-40 tahun dengan presentase sebesar 8.9%, sisa presentasi 6.7% terdiri dari



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



pengguna berusia <15 tahun dan >40 tahun. Dari 45 responden yang mengisi kuesioner, 51.1% dari 45 responden menggunakan fitur ShopeePayLater ketika bertransaksi di aplikasi Shopee sedangkan 48.9% dari 45 responden tidak menggunakan fitur ShopeePayLater ketika bertransaksi di aplikasi Shopee.

Tabel 1. Kemudahan menemukan menu ShopeePayLater pada halaman utama aplikasi

Kemudahan menemukan menu ShopeePayLater pada halaman utama aplikasi	Persentase
Sangat Mudah	40%
Cukup Mudah	35.5 %
Netral	22.2 %
Cukup Sulit	2.3 %
Sangat Sulit	0%
Jumlah	100%

Dari tabel 1, hasil penelitian menunjukkan 40% dari total 45 responden menyatakan bahwa sangat mudah menemukan menu ShopeePayLater pada halaman utama aplikasi. Kemudian 35,5 % dari total 45 responden menyatakan bahwa cukup mudah menemukan menu ShopeePayLater pada halaman utama aplikasi. Lalu 22,2% dari total 45 responden menyatakan bahwa memilih netral atau tidak mengalami kesulitan maupun tidak mudah juga menemukan menu ShopeePayLater pada halaman utama aplikasi, sedangkan 2,3 % dari total 45 responden menyatakan bahwa sulit menemukan menu ShopeePayLater pada halaman utama aplikasi.

Tabel 2. Kemudahan menggunakan fitur menu ShopeePayLater

Kemudahan menggunakan fitur menu ShopeePayLater	Persentase
Sangat Mudah	24.4%
Cukup Mudah	44.4 %
Netral	31.2 %
Cukup Sulit	0 %
Sangat Sulit	0%
Jumlah	100 %

Dari tabel 2, hasil penelitian menunjukkan 24,4% dari total 45 responden menyatakan bahwa sangat mudah menggunakan fitur menu ShopeePayLater. Kemudian 44,4 % dari total 45 responden menyatakan bahwa cukup mudah dalam menggunakan fitur menu ShopeePayLater, lalu 31,2% dari total 45 responden menyatakan bahwa memilih netral atau tidak mengalami kesulitan maupun tidak mudah juga dalam menggunakan fitur menu ShopeePayLater.



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Tabel 3. Kemudahan dalam pelunasan tagihan ShopeePayLater

Kemudahan dalam pelunasan tagihan ShopeePayLater	Persentase
Sangat Mudah	22.2%
Cukup Mudah	37.8 %
Netral	37.8 %
Cukup Sulit	2.2 %
Sangat Sulit	0%
Jumlah	100 %

Dari tabel 3, hasil penelitian menunjukkan 22,2% dari total 45 responden menyatakan bahwa sangat mudah dalam pelunasan tagihan ShopeePayLater. Kemudian 37,8 % dari total 45 responden menyatakan bahwa cukup mudah dalam dalam pelunasan tagihan ShopeePayLater , lalu 37,8% dari total 45 responden menyatakan bahwa memilih netral atau tidak mengalami kesulitan maupun tidak mudah juga dalam dalam pelunasan tagihan ShopeePayLater. Sedangkan 2,2% dari total 45 responden menyatakan bahwa cukup sulit dalam dalam pelunasan tagihan ShopeePayLater.

Tabel 4. Pelunasan tagihan ShopeePayLater memiliki banyak opsi metode pembayaran

Pelunasan tagihan ShopeePayLater memiliki banyak opsi metode pembayaran	Persentase
Ya	71,1 %
Tidak	28.9 %
Jumlah	100 %

Dari tabel 4, hasil penelitian menunjukkan 71,1 % dari total 45 responden yang mengisi kuesioner tersebut setuju bahwa ShopeePayLater memiliki opsi metode pembayaran. Sedangkan 28,9 % dari total 45 responden yang mengisi kuesioner tersebut tidak setuju bahwa ShopeePayLater memiliki opsi metode pembayaran.

Tabel 5. Kepuasan dengan kemudahan penggunaan fitur ShopeePayLater

Puas dengan kemudahan penggunaan fitur ShopeePayLater	Persentase
Ya	57,8 %
Tidak	42.2 %
Jumlah	100 %

Dari tabel 5, hasil penelitian menunjukkan 57,8 % dari total 45 responden puas dengan kemudahan penggunaan fitur ShopeePayLater. Sedangkan 42,2% tidak puas dengan fitur ShopeePayLater.



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Tabel 6. Merekomendasikan ShopeePayLater kepada orang sekitar

Merekomendasikan ShopeePayLater kepada orang sekitar	Persentase
Ya	37,8 %
Tidak	62,2 %
Jumlah	100 %

Dari tabel 6, hasil penelitian menunjukkan 62,2 % dari total 45 responden yang mengisi kuesioner tersebut tidak setuju merekomendasikan ShopeePayLater pada orang-orang sekitar. Sedangkan 37,8 % dari total 45 responden yang mengisi kuesioner tersebut setuju merekomendasikan ShopeePayLater pada orang-orang sekitar.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas responden menggunakan ShopeePayLater tetapi masih banyak yang lebih memilih tidak menggunakan ShopeePayLater. Sebagian responden tidak mengerti untuk menggunakan ShopeePayLater dan hanya sedikit yang mengerti menggunakan ShopeePayLater. Sebagian dari responden mudah menemukan menu ShopeePayLater di halaman aplikasi. Tetapi masih banyak yang kesulitan menemukan menu ShopeePayLater, yang menyebabkan ketidakpuasan terhadap fitur ShopeePayLater sehingga masih banyak responden yang tidak memiliki minat menggunakan ShopeePayLater.

## E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa walaupun sebagian besar dari responden menyatakan ShopeePayLater mudah untuk digunakan, masih terdapat banyak responden yang mengalami kesulitan dalam memahami penggunaan ShopeePayLater. Hal ini menyebabkan minat dan kepuasan terhadap ShopeePayLater masih kurang dan masih diperlukan perkembangan yang lebih lanjut untuk mencapai potensi penuh dari ShopeePayLater. Terbukti bahwa hanya setengah dari 45 responden puas dengan ShopeePayLater dan hanya sekitar satu per tiga dari 45 responden yang ingin merekomendasikan ShopeePayLater kepada orang-orang sekitar. Saran terhadap peneliti selanjutnya yaitu agar peneliti berikutnya dapat melanjutkan melakukan penelitian terhadap kedalaman pemahaman dan pengetahuan responden dalam penggunaan ShopeePayLater untuk melihat dampak kepuasan pelanggan pada penggunaan ShopeePayLater.



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zikri, Muhammad Ikhsan Harahap. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, Vol. 2 No. 1, 2022.
- Amijaya, G. R. (2010). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA). Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Edwin Sugesti Nasution, & Muammar Rinaldi. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 66–78. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v7i1.181>
- Erica, D., Manik, M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). *The Effect Of Facilities And Trust On Customer Satisfaction In The Use Of Digital Facilities At Pt . Bank Central Asia Tbk Kcu Asia Branch*. 12(2), 2465–2468.
- Fandy, Tjiptono. (2004). Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. 2019. Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis (8th Edition)*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*
- Kotler, Philip. (2007). *Majaemen Pemasaran, Analisa Perencanaan, Pengendalian* Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat
- Nike Ayu Lestari, Sri Setyo Iriani. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs Mataharimall.com. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 1 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonom Universitas Negeri Surabaya*.
- Ria Siti Aisyah, Meylani Tuti. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan di Restoran Joe's Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar. *ESENSI : Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 25 No. 2, 2022.
- Santi Budiman. (2008). Analisa Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan dan Tarif Kartu Seluler Mentari Punya Indosat, *OPTIMAL*, Vol. 5, No. 2, Februari 2008: 145 – 158.
- Sayyidah Nafisah, Sulthan Atha Muhammad. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Pengguna ShopeePayLater Menggunakan Delone & McLean Model. *Djtechno : Jurnal Teknologi Informasi*, Vol. 4, No. 2, Desember 2023



## Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya



Siti Marhumi, Andi Muh Nur, dan Dewi Indra Rini. (2019). Program Studi Manajemen, Analisis Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Mobil Avanza Pada PT. Toyota Hadji Kalla Makassar. Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Volume 12 No 2 Tahun 2016.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.