



**ANALISIS OPINI KONSUMEN PADA KUALITAS
PELAYANAN SELLER DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Public Relations

Disusun Oleh:

Lalita Maheswari (44219010078)

MERCU BUANA
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA BARAT

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lalita Maheswari
NIM : 44219010078
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Opini Konsumen Pada
Kualitas Pelayanan Seller di Tokopedia

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 29 Februari 2024

UNIVERSITA
MERCU BUANA



(Lalita Maheswari)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Lalita Maheswari
NIM : 44219010078
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Opini Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Seller di Tokopedia
Pelayanan Seller di Tokopedia

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:


Pembimbing 1 : Dr. Farid Hamid, M.Si ()
NIDN : 03001117301

Ketua Penguji : Siti Muslichatul M, M.I.Kom ()
NIDN : 0326089202


Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.I.Kom ()
NIDN : 0330019002

Jakarta, 29 Februari 2024
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lalita Maheswari
NIM : 44219010078
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Opini Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Seller di Tokopedia

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. **A S**

MERCU BUANA

Jakarta, 29 Februari 2024

Yang menyatakan,



(Lalita Maheswari)

ABSTRAK

Nama	: Lalita Maheswari
NIM	: 44219010078
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Analisis Opini Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Seller di Tokopedia
Pembimbing	: Dr. Farid Hamid, M.Si

Tokopedia merupakan salah satu e-commerce yang melayani penjualan barang dan jasa sehingga siapa saja dapat berbisnis dan bersaing dengan biaya rendah. Di Tokopedia ini menyediakan peluang bisnis dan menjual berbagai produk dengan harga lebih terjangkau dibanding toko umumnya. Untuk melancarkan pemasarannya, Tokopedia bekerjasama dengan lembaga perbankan dan perusahaan lain agar konsumen mudah melakukan pembayaran. Tokopedia juga bekerjasama dengan jasa ekspedisi dalam pengiriman besar untuk memudahkan pemeriksaan status pengiriman barang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui opini konsumen terhadap kualitas pelayanan di Tokopedia. Penulis menggunakan data dengan penelitian lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, dan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Kotler (2012) menyebutkan lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu: *Tangibles*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*.

Hasil penelitian ini dalam dimensi *Tangibles* yaitu opini konsumen terhadap Tokopedia melalui promosi dan harga yang menjadi faktor utama penentu kepuasan pelanggan Tokopedia di Indonesia, dimensi *Reliability* yaitu pelanggan juga memperhatikan aspek keamanan dan kualitas customer journey yang ditawarkan platform Tokopedia, dimensi *Responsiveness* yaitu kepuasan konsumen menggunakan aplikasi Tokopedia sebagai platform perdagangan online dipengaruhi oleh kemudahan akses dan penggunaan aplikasi, dimensi *Assurance* yaitu kepuasan konsumen lainnya seperti kegunaan aplikasi memiliki efek menguntungkan pada loyalitas pelanggan Tokopedia, dan dimensi *Empathy* yaitu Empati mempertahankan loyalitas pengguna dalam media promosi dapat dilihat dari adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan.

Kata Kunci : Tokopedia, e-commerce, Opini, Kualitas Pelayanan, Pemasaran

ABSTRACT

Name : Lalita Maheswari
NIM : 44219010078
Study Program : Communication Science
Title Internship Report : Analysis of Consumer on Service Quality Seller at Tokopedia
Counsellor : Dr. Farid Hamid, M.Si

Tokopedia is one of the e-commerce that serves the sale of goods and services so that anyone can do business and compete at low cost. In Tokopedia, it provides business opportunities and sells various products at more affordable prices than general stores. To streamline its marketing, Tokopedia collaborates with banking institutions and other companies so that consumers can easily make payments. Tokopedia also collaborates with expedition services in large shipments to facilitate checking the status of shipping goods.

The purpose of this study is to find out consumer opinions on the quality of service at Tokopedia. The authors use the data with field research through observation, interviews, and documentation. The research method used is a descriptive qualitative method, and the theory used in this study is the theory of Kotler (2012) mentions five dimensions of service quality that must be met, namely: Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance.

The results of this research in the Tangibles dimension, namely consumer opinions towards Tokopedia through promotions and prices, which are the main factors that determine Tokopedia customer satisfaction in Indonesia, the Reliability dimension, which is that customers also pay attention to the security and quality aspects of the customer journey offered by the Tokopedia platform, the Responsiveness dimension, which is consumer satisfaction using the Tokopedia application as an online trading platform, is influenced by the ease of access and use of the application, the Assurance dimension, which is other consumer satisfaction such as the usefulness of the application has a beneficial effect on Tokopedia customers, and the Empathy dimension, namely the empathy to maintain user loyalty in promotional media, which can be seen from the presence of attention, seriousness, sympathy, understanding and involvement of interested parties with the service.

Keywords: Tokopedia, e-commerce, Opinion, Service Quality, marketing

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya kepada kita semua juga kepada peneliti sehingga dapat melakukan penelitian untuk menyusun skripsi ini yang dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi, yang mana skripsi ini berjudul "Analisis Opini Konsumen Pada Kualitas Pelayanan di Tokopedia".

Penyusun skripsi ini disadari oleh peneliti masih jauh dari kesempurnaan karena pengalaman dan pengetahuan peneliti yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan demi terciptanya skripsi yang lebih baik untuk masa mendatang.

Ucapan Terima kasih juga tiada hentinya peneliti ucapkan kepada Bapak Dr. Farid Hamid, M.I.Kom yang telah menjadi dosen pembimbing dan dengan segala upaya telah membantu peneliti, sehingga dengan segala keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang dimiliki peneliti, penelitian ini dapat dilanjutkan untuk menyelesaikan studi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Selama pembuatan skripsi ini peneliti juga mendapatkan banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku dosen pembimbing sekaligus ketua Program Studi Ilmu Komunikasi. Terimakasih telah bersedia membimbing peneliti sebagai dosen pembimbing dalam penyelesaian skripsi ini yang mana telah banyak membimbing, mengajarkan dan memberikan motivasi, saran dan arahan, serta dukungan semangat kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Kepada seluruh staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang sudah turut membimbing dan membantu saya selama saya kuliah di Universitas Mercu Buana.
4. Hadi Yuliono, selaku ayahku tercinta. Terimakasih sudah selalu mendoakan, membimbing, memotivasi dan menyelesaikan pendidikan saya sampai sarjana.
5. Yuliana, selaku ibuku tercinta. Terimakasih sudah selalu mendoakan, membimbing, memberi motivasi dan setiap hari mengingatkan agar selalu mengerjakan skripsi dan sangat sabar menghadapi saya yang kadang keras kepala. Beliau adalah segalanya, bagaikan teman hidup saya yang tidak dapat tergantikan.
6. Wafi Wicaksana, selaku kakak saya. Terimakasih sudah membimbing dan mengingatkan untuk mengerjakan skripsi.
7. Shania Melisa, Nadia Nurul Janah, selaku sahabat saya. Terimakasih sudah menemani, memberi motivasi, membantu saya selama perkuliahan.

8. Imammul Affan, AMTrU, SM, selaku sahabat saya. Terimakasih sudah membimbing saya selama mengerjakan skripsi.
9. Yusuf Aprilia, selaku pasangan saya. Terimakasih sudah membimbing, memotivasi dan menemani saya pada saat mengerjakan skripsi.
10. Nasywa Zahra Syafitri, selaku sahabat saya. Terimakasih sudah menjadi teman healing ku pada saat saya sedang pusing mengerjakan skripsi sekaligus teman traveling ku.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1. Tabel Penelitian Terdahulu	12
2.1.2. Tabel Persamaan dan Perbedaan.....	15
2.2. Kajian Teoritis.....	17
2.2.1. Komunikasi.....	17
2.2.2. Public Relations	20
2.2.4. Opini.....	29
2.2.4. Kualitas Pelayanan.....	32
2.2.5. Pembelian Online Shop.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1. Paradigma Penelitian	42
3.2. Metode Penelitian	43
3.3. Subyek Penelitian	44
3.4. Teknik Pengumpulan Data	46

3.4.1. Data Primer	46
3.4.2. Data Sekunder	47
3.5. Teknik Analisis Data	47
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.1. Tokopedia.....	52
4.1.2. Visi, Misi, Nilai, dan Logo PT. Tokopedia.....	53
4.1.3. Struktur Organisasi	62
4.1.4. Identitas Key Informan dan Informan.....	63
4.2. Hasil Penelitian.....	64
4.2.1. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	64
4.2.2. Keandalan (<i>Realibility</i>).....	74
4.2.3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).....	85
4.2.4. Jaminan (<i>Assurance</i>)	90
4.2.5. Empati (<i>Empathy</i>)	98
4.3. Pembahasan.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1. Kesimpulan	109
5.2. Saran	110
5.2.1. Saran Akademis	110
5.2.2. Saran Praktis	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Google Trend tentang Komplain Tokopedia	4
Gambar 4. 1 Logo Tokopedia	50
Gambar 4. 2 Maskot Tokopedia	51
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Tokopedia	52
Gambar 4. 4 5 E-commerce terpopuler di Indonesia	55
Gambar 4. 5 Kemudahan menggunakan Tokopedia.....	58
Gambar 4. 6 Proses belanja di Tokopedia	63
Gambar 4. 7 Ulasan Pembeli Sepatu di Tokopedia	95



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Komentar Buruk Pelayanan Tokopedia.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan	15
Tabel 4. 1 Daftar Informan.....	53

