

BAB I

PENDAHULUAN

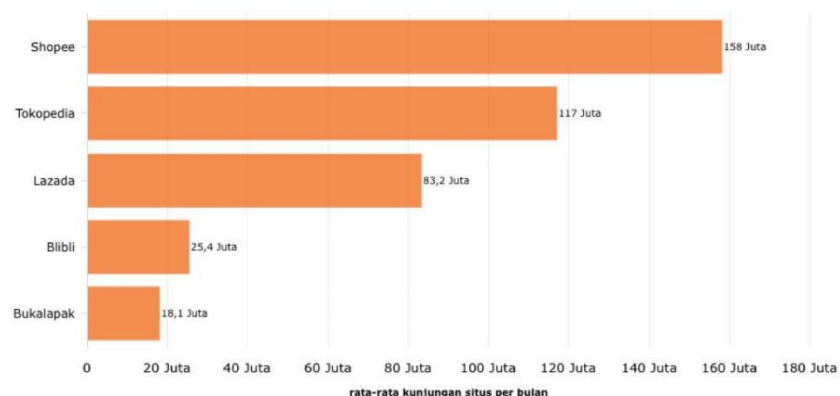
A. Latar belakang masalah

Di era globalisasi saat ini banyak perubahan dari waktu ke waktu dan kemajuan di dalam dunia bisnis modern, perubahan mulai dari pola pikir masyarakat, kemajuan teknologi, dan juga dari gaya hidup itu sendiri. Dengan banyaknya internet yang berdampak positif dalam dunia bisnis dan pemasaran. Saat ini banyak sekali internet sebagai media pemasaran yang memanfaatkan mengambil keuntungan yang terkhusus dalam jual beli, perdagangan dan sarana dalam melakukan transaksi di sebuah jaringan bisnis yang luas dan tidak terbatas oleh tempat dan waktu.

Semakin maraknya pengguna internet saat ini menjadikan peluang pasar yang sangat menguntungkan untuk para pelaku industri *e-commerce* maka tidak heran jika saat ini begitu banyak bermunculan *e-commerce* dan *marketplace*. Pelaku bisnis melakukan penjualan melalui media-media sosial aplikasi online shop lainnya, dengan adanya *marketplace*, *e-commerce* begitu banyak yang mengerti dan tereduksi cara menggunakan aplikasi-aplikasi online shopping tersebut sehingga perusahaan-perusahaan di Indonesia mulai berkembang pesat. Terbukti dengan banyaknya program baru bisnis online seperti Jd.Id, Lazada, Tokopedia, Zalora, Shopee, Bukalapak, Akulaku, Blibli.Com, Olx.Com,

Grab Mart, Go Mart, Tiktok Shop dan masih banyak lagi akun resmi yang mudah di temukan sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat dampak positif yang dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, Hal ini juga menjadi peluang bagi para pembisnis untuk meningkatkan penjualannya melalui *marketing online* atau pemasaran secara online. Oleh karena itu, banyak bermunculan *e-commerce* yang memfasilitasi para *online shop*.



Gambar 1. 1 5 E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak (Kuartal I 2023)

Sumber: Databoks¹

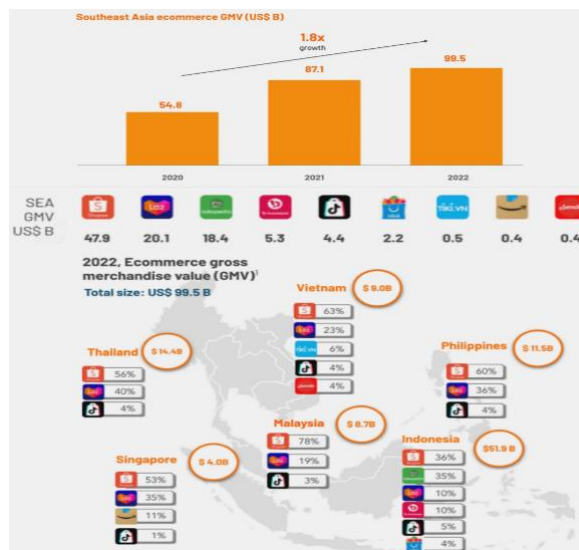
Situs Shopee tercatat meraih rata-rata 158 Juta kunjungan perbulan sepanjang kuartal I 2023, artinya pada saat ini *ecommerce* Shopee selalu menjadi salah satu *platform* belanja online yang menjadi

¹ Adi Ahdiyati, "E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak (Kuartal I 2023)", diakses melalui situs: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023> [Databoks]. Diakses pada tanggal 13 November 2023

pilihan para konsumen untuk dijadikan tempat berbelanja. Hal ini karena pada aplikasi tersebut banyak menyediakan kemudahan-kemudahan serta beberapa fitur yang memudahkan konsumen untuk transaksi pembelian di Shopee.

Dari banyaknya aplikasi online shop yang sangat berkembang di Indonesia saat ini, aplikasi Shopee mulai banyak dikenal khususnya dikalangan para pelajar sampai kalangan dewasa, Shopee juga menawarkan banyak barang yang dapat di beli mulai dari pakaian, kosmetik, alat kecantikan, elektronik, buku, sampai kebutuhan rumah tangga lainnya dan menyediakan voucher-voucher gratis ongkir dan potongan harga.

Shopee adalah aplikasi untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan pengguna dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi.



Gambar 1. 2 Data Tranksaksi di Shopee

Sumber: Katadata.co.id²

Dari data transaksi Shopee diatas Nilai transaksi bruto atau GMV Shopee US\$ 47,9 miliar atau sekitar Rp 718 triliun tahun lalu. Nilai transaksi bruto per *e-commerce* di Asia Tenggara selama tahun lalu yaitu, Shopee US\$ 47,9 miliar atau sekitar Rp 718 triliun Lazada US\$ 20,1 miliar atau sekitar Rp 301 triliun Tokopedia US\$ 18,4 miliar atau sekitar Rp 275,9 triliun Bukalapak US\$ 5,3 miliar atau sekitar Rp 79,49 triliun TikTok Shop US\$ 4,4 miliar atau sekitar Rp 66 triliun Blibli US\$ 2,2 miliar atau sekitar Rp 32,9 triliun, maka data diatas menunjukkan bahwa transaksi di Shopee lebih besar dibandingkan dengan platform lain.

² Lenny Septiani, "Riset: Transaksi Shopee Hampir 11 Kali Lipat TikTok Shop" <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/649007c3ab645/riset-transaksi-Shopee-hampir-11-kali-lipat-tiktok-shop?page=all> [Katadata]. Diakses pada tanggal 13 November

Salah satu bentuk perilaku konsumen Muslim adalah minat atau keinginan untuk membeli suatu produk atau jasa.³ mengungkapkan bahwa minat beli konsumen dan kepuasan konsumen merupakan perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan untuk memilih, menggunakan, bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Dalam Ekonomi Islam, penyediaan barang jasa dan konsumsi harus sesuai dengan syariat Islam. Konsumsi dalam Islam bukan berarti pemenuhan Hasrat seksual atau kebutuhan dasar, tetapi harus ditunjukkan ke akhirat melalui niat baik sebagai perbuatan baik, maka konsumen Muslim menggunakan barang dan jasa untuk mendapatkan masalah yang maksimal.⁴

Disebutkan dalam QS. Al-Maidah (5) ayat 87-88, yaitu:⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ، وَكُلُوا
مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: (hai orang- orang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkn bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal baik dari apa yang allah telah rezezikn padamu dan bertakwalah Allah yang kamu beriman kepada-Nya).

³ Mashur Razak, Perilaku Konsumen (Makassar: Alauddin University Press, 2016). hlm. 4.

⁴ Syaparudin, Edukasi Ekonomi Islam Perilaku Konsumen Muslim (Yogyakarta:TrustMedia Publishing). hlm 17-18

⁵ Tafsir ibnu katsir, ayat 87-88, diakses pada tanggal 05 desember 2023 <http://www.ibnukatsironline.com/2015/05/tafsir-surat-al-maidah-ayat-87-88.html>

Ayat ini menjelaskan bahwa pemanfaatan fasilitas duniawi yang tidak bertentangan dengan iman, taqwa bukan membiarkan dunia, tetapi memanfaatkan yang benar akan dunia dengan tujuan akhirat. Maka perilaku konsumen Muslim dapat dipandang sebagai proses dan aktivitas yang dilakukan seseorang dalam memilih, membeli dan menggunakan barang dan jasa. Menurut Suparmoko dalam buku Edukasi Ekonomi Islam, konsumen yaitu pembeli yang dihasilkan oleh Perusahaan, oleh karena itu perlu memahami perilaku konsumen karena akan memengaruhi hasil usaha perusahaan melalui permintaan.

Menurut Ningsih dan Tjiptono dalam buku Faktor Kualitas Pelayanan, kepuasan konsumen dan Loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen adalah respon emosional yang ditunjukkan oleh konsumen setelah proses pembelian atau pelayanan dikonsumsi dan merupakan evaluasi yang dipilih dengan harapan pelanggan.⁶

Kunci keberhasilan perusahaan yang berada didalam industri tingkat persaingan dan perubahan lingkungan yang tinggi terletak pada seberapa jauh perusahaan tersebut memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasarannya, konsumen yang puas terhadap merek atau produk cenderung membeli kembali merek atau produk tersebut pada kebutuhan. Sementara pembelian ulang porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor

⁶ Hermanto, Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan (Surabaya:CV.Jakad Publishing Surabaya 2019). hlm 21.

penting bertahan dalam persaingan. konsumen dan merupakan peluang untuk memperoleh keunggulan bersaing.⁷ Dalam menentukan kepuasan konsumen terdapat beberapa faktor yaitu Kualitas Produk, konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka yang gunakan berkualitas. Kualitas Pelayanan, konsumen merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik. Emosional, konsumen akan merasa bangga dengan menggunakan merek tertentu. Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetap menetapkan harga yang relative murah.⁸

Shopee seharusnya menjaga kualitas produk dan citra perusahaan untuk menjaga citra perusahaannya untuk meningkatkan kepuasan konsumen, agar konsumen disini tetap loyal terhadap *brand* atau merek yang mereka bangun, maka sangat penting peran kualitas pelayanan berbelanja pada Shopee untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan adalah kunci keberhasilan sebagai usaha pada kegiatan yang sifatnya pemberi jasa. Peranan layanan akan lebih menentukan pada kegiatan jasa dalam bersaing dalam upaya merebut pangsa pasar atau pelanggan. Menurut Tjiptono pelayanan bisa dipandang sebagai sebuah sistem terdiri dari dua komponen yaitu

⁷ Edwin Zusrony, Perilaku Konsumen di Era Modern (Semarang:Yayasan Prima Agus Teknik). hlm.28

⁸ Methiana Indrasari, Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Surabaya:Unitomo Press 2019). hlm 90

service operations dan *service delivery*.⁹ Oleh karena hal itu meningkatkan kepuasan konsumen yaitu dengan harga. Harga merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen.

Harga adalah nilai yang disebutkan dalam rupiah dan sen atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Perusahaan yang menentukan harga hanya untuk menjaga keberlangsungan hidup, jika terjadi kelebihan kapasitas, persaingan atau keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah dapat menetapkan harga sesuai jumlah biaya yang dikeluarkan dan biaya tetapnya.¹⁰ Menurut Kotler dalam buku bauran pemasaran, harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode.¹¹

Citra perusahaan adalah menciptakan efek halo pada penghakiman kepuasan pelanggan dengan nilai pengaruh yang dirasakan.¹² Menurut Andreassend dan Listensad Citra perusahaan sebagai hasil akumulasi sikap berasal dari pengalaman sebagai komunikasi pasar, citra terhadap perusahaan berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu perusahaan. Minat beli biasanya muncul setelah dilakukan evaluasi. Selama proses evaluasi, seseorang akan menganalisis atau membuat rangkaian untuk

⁹ Teddy Chandra, *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty* (Malang:CV IRDH).hlm 60

¹⁰ Sisno Riyoko, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Yogyakarta:CV MARKUMI). hlm.72

¹¹ Arif Fakhruhin, *Bauran Pemasaran* (Yogyakarta:CV BUDI UTOMO).hlm.31

¹² La Ode Sugianto, *Model Pengembangan Citra Perusahaan* (Banten:YPSIM). hlm 12

dipilih atau dibeli berdasarkan minat atau citra perusahaan.¹³ dalam Cita perusahaan faktor yang mempengaruhi terdapat pada faktor citra perusahaan, kualitas produk yang ditawarkan, kompetitor dimana para pesaing juga mempengaruhi kepuasan konsumen, dan nilai harga yang diterima konsumen dengan nilai yang ditawarkan, yang dimana jika merek yang ditawarkan, harga, kompetitor, dan kualitas produk yang baik maka akan meningkatkan citra perusahaan dalam kepuasan konsumen.

Menurut Nurakhmawati, Hasil penelitian tersebut diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, Maka dapat dikatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang baik yang diberikan kepada pelanggan maka akan semakin tinggi juga (*customer Satisfaction*) kepuasan pelanggan.¹⁴

Selain kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen disini yaitu citra perusahaan Menurut Safitri, hasil penelitian tersebut bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan

¹³ Dedi Joko Hermawan, Faktor-faktor..., hlm. 100-110

¹⁴ Ridha Nurakhmawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan E-commerce Shopee terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian", Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol.13 No.2 (2022).hlm 12. Diakses melalui: <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/1881> tanggal 29 Agustus 2023.

konsumen, maka semakin baik citra perusahaan yang diberikan maka akan semakin baik kepuasan pelanggannya.¹⁵



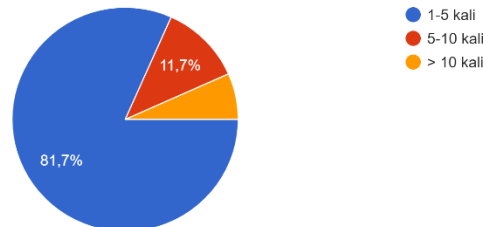
Gambar 1. 3 Frekuensi Mengakses Aplikasi Shopee

Sumber: Data diolah Penulis, 2023

Pada studi pendahuluan awal peneliti mendapatkan responden pengguna Shopee sebanyak 61 responden. Dalam hal menggunakan platform Shopee frekuensi mengakses aplikasi Shopee sebanyak 62,3% mengakses sebanyak 1-5 kali dalam waktu satu hari. Lalu beberapa responden mengakses 5-10 sekitar 27,9% dari 61 responden. Selain dari itu terdapat responden yang mengakses aplikasi Shopee lebih dari 10 kali dalam waktu hari tersebut yang dengan begitu masing-masing dari responden mengakses aplikasi Shopee dengan tujuan yang berbeda-beda, seperti hanya melihat produk-produk yang tersedia bahkan sampai membeli produk-produk yang tersedia pada aplikasi Shopee.

¹⁵ Erwina Safitri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan *Service Center* (Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center di Kota Malang)" *Jurnal Ekonomi Bisnis Islam* no.1 hlm.99. Diakses melalui: <https://media.neliti.com/media/publications/55311-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-citra-pe.pdf> pada tanggal 07 Desember 2023

Seberapa sering anda berbelanja di Shopee dalam satu bulan?
60 jawaban



Gambar 1. 4 Tranksaksi Belanja di Shopee

Sumber: Data diolah penulis, 2023

Berdasarkan hasil kusioner dengan 61 responden pengguna Shopee beberapa orang melakukan tranksaksi di Shopee rata-rata sekitar 1-5 kali dalam sebulan. Salah satu Faktor yang bisa meningkatkan konsumen dalam membeli produk di Shopee yaitu adanya kualitas pelayanan yang baik, harga dan citra perusahaan, karena meyakinkan konsumen untuk memberikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Penggunaan profil citra perusahaan Shopee memiliki karakteristik akan memberikan tanggapan positif konsumen terhadap produk tersebut, sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

Pengguna Shopee mendapatkan kepuasan berbelanja di Shopee karena mudah digunakan oleh konsumen. Kemudian, selain adanya metode pembayaran yang mudah *E-Payment* (ShopeePay, PayLater, Debit dan M-Banking) juga untuk mendapatkan gratis ongkir. Selain itu Kepuasan konsumen saat berbelanja di Shopee yaitu adanya beberapa

kategori beberapa produk untuk memudahkan transaksi, Shopee menyediakan beragam jenis harga, adanya fitur chat dengan penjual, dan dengan adanya *reviews* pelanggan yang relevan dari beberapa pengguna Shopee melakukan *re-purchase* atau melakukan pembelian ulang pada platform Shopee tersebut. Dengan hal ini kepuasan konsumen akan memberikan kemudahan untuk konsumen lainnya dalam berbelanja di Shopee.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan dalam kualitas pelayanan memiliki hasil bahwa responden mendapatkan pelayanan setelah membeli yang baik pada saat menggunakan *platform* Shopee, Karena Ketika membeli barang yang rusak di beri garansi oleh karena itu Dengan adanya pelayanan setelah membeli produk akan meningkatkan citra perusahaan pada Shopee untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang nantinya konsumen akan melakukan pembelian ulang pada *ecommerce* Shopee tersebut. Selain dari hasil penyebaran kuisioner, peneliti juga melakukan wawancara dengan pengguna Shopee yang ada Tasikmalaya,¹⁶ dari beberapa responden mengatakan bahwa menggunakan Shopee lebih praktis karena menyediakan beberapa metode pembayaran untuk memudahkan transaksi seperti adanya (*Shopeepay, Paylater, M-Banking, Debit*) dan COD dengan adanya transaksi jenis pembayaran beberapa pengguna Shopee merasa mudah,

¹⁶ Hasil wawancara peneliti dengan konsumen muslim pengguna Shopee. Pada tanggal 13 November 2023.

aman digunakan dan praktis. Dengan adanya beberapa metode pembayaran mereka merasa puas saat bertransaksi di Shopee dan adanya persepsi responden tentang produk yang ada di Shopee lengkap dengan berbagai pilihan, beragam jenis harga, produk mudah dicari dengan adanya kategori produk, dan terdapat fitur *filter* sehingga lebih mudah mencari penjual dengan rating tinggi. Menurut Nurakhmawati, Hasil penelitian tersebut diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara beberapa responden pengguna Shopee,¹⁸ ketika membeli produk Shopee melihat harga yang relative murah dan terjangkau dari beberapa pengguna Shopee lebih sering menggunakan platform Shopee dibandingkan Platform lain. Karena harga produk yang dijual pada Shopee tidak terlalu mahal Shopee juga menyediakan beberapa potongan harga, diskon, voucher gratis ongkir saat membeli produk dan membeli memakai *SPaylater* mendapatkan *cashback*. Selain itu proteksi produk, biaya layanan, biaya penanganan lebih murah yang disediakan oleh Shopee lebih murah terjangkau. Pada platform Shopee juga menyediakan filter harga untuk dipilih sesuai dengan *budget* yang kita punya dengan menyesuaikan kebutuhan.

¹⁷ Erwina Safitri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan *Service Center* (Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center di Kota Malang)"Jurnal Ekonomi Bisnis Islam no.1 hlm.99. Diakses melalui: <https://media.neliti.com/media/publications/55311-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-citra-pe.pdf> pada tanggal 07 Desember 2023

¹⁸ Hasil wawancara peneliti dengan konsumen muslim pengguna Shopee. Pada tanggal 07 Desember 2023

Dengan hal ini harga menjadi salah satu faktor meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Ariyanti harga mempengaruhi kepuasan konsumen karena persaingan bisnis ketat mengakibatkan semua pihak melakukan kinerja optimal dengan penilaian harga.¹⁹

Sebelum melakukan pembelian, beberapa dari konsumen melihat citra perusahaan Shopee. Lalu terdapat beberapa konsumen sebelum melakukan pembelian pada platform Shopee kadang-kadang melihat citra perusahaan Shopee, karena dengan melihat perusahaan Shopee tersebut konsumen mempunyai persepsi mereka terhadap kualitas layanan, promosi, dan pengalaman berbelanja secara keseluruhan. bahwa citra perusahaan Shopee yang baik akan semakin meningkatkan loyalitas konsumen.

Pada wawancara mengenai citra perusahaan Shopee, Mengatakan bahwa sebelum melakukan pembelian melihat citra perusahaan *platform* Shopee, karena dengan melihat citra perusahaan Shopee tersebut mendorong konsumen untuk berbelanja di Shopee dengan hal itu citra perusahaan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen saat berbelanja di Shopee. Menurut Anton Mulyono, kepuasan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor Citra perusahaan (*corporate image*), terbentuknya citra merek.

¹⁹Widyaningsih Putri, "Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen"Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia" No.1 Vol.9 hlm.87. Diakses melalui <https://stia-binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/view/257> pada tanggal 07 Desember 2023

Selain dari kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan terdapat beberapa alasan dari sebagian konsumen yang menjadi kepuasan konsumen dalam berbelanja pada platform Shopee seperti *packing* produk yang baik, karena dengan *packing* yang baik mereka percaya bahwa barang yang di *packing* dengan baik akan menjadi aman terhadap barang yang dibelinya. Maka dari hasil wawancara tersebut bahwa para pengguna Shopee merasa puas ketika berbelanja di Shopee karena beberapa faktor diatas yang menjadi kepuasan konsumen yang kemudian pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Maka para pembisnis dan pengusaha lainnya bisa menjadi gambaran dan bisa mengukur bagaimana meningkatkan loyalitas konsumen, dengan hal ini kepuasan konsumen membantu mengidentifikasi kelemahan dalam meningkatkan pemasaran, dan layanan untuk konsumen dalam Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan, maupun layanan pada perusahaan dengan hal itu pelanggan yang puas akan merekomendasikan produk kepada orang lain dalam meningkatkan loyalitas pada konsumen.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna Shopee di Tasikmalaya dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar pertimbangan dalam penyusunan strategi peningkatan kepuasan konsumen. Penulis mengangkat topik penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Pengguna Shopee di Kota Tasikmalaya”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, diperoleh pembahasan tentang Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan terhadap kepuasan konsumen. Maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di Kota Tasikmalaya?
2. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di Kota Tasikmalaya?
3. Apakah terdapat pengaruh Citra Perusahaan terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di Kota Tasikmalaya?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di Kota Tasikmalaya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pokok penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di Kota Tasikmalaya.

2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di Kota Tasikmalaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh Citra Perusahaan terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di Kota Tasikmalaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di Kota Tasikmalaya.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang diharapkan dari penulis:

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat dan ilmu pengetahuan tambahan serta menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terutama mengenai variabel kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan dengan kelompok referensi dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan konsumen dalam membeli produk Shopee serta menjadi referensi kebijakan bagi perusahaan terutama variabel kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan.

3. Kegunaan Umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen sebelum membeli produk di Shopee agar pembelian produk sesuai kebutuhan dan meminimalisir risiko agar hasil yang diperoleh seperti yang diharapkan