

ANALISIS MANAJEMEN DATA KUALITAS LAYANAN E-COMMERCE MENGUNAKAN METODE E-SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

Ismi Alike Zuhaira¹, Ida Pujiani², Rachmat Selamat³

^{1,2,3}*Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer LIKMI, Bandung, Indonesia*

Email: zuhaira.ismi@gmail.com

ABSTRACT

Information technology development, particularly in the area of e-commerce, has changed the way people shop and interact with online services. One of the latest e-commerce platforms is Tiktok Shop, which offers a variety of advantages such as free shipping, live events, competitive prices, and good product quality. Research on data management by measuring the quality of Tiktok Shop services is carried out using E-Servqual and Importance Performance Analysis (IPA) methods. While customer satisfaction can be evaluated based on the significance and effectiveness of the service, the E-Servqual technique measures the discrepancy between expectations and the customer's impression of the services they received. By better aligning its offerings with client expectations and demands, Tiktok Shop can benefit from the research findings. Hence, this study offers a comprehensive understanding of the elements influencing users' pleasure and experience with Tiktok Shop.

Keywords: Data Management, Tiktok Shop, E-Commerce, E-Servqual, Importance Performance Analysis.

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi informasi, khususnya *e-commerce* mengubah cara orang berbelanja serta berinteraksi dengan layanan *online*. Salah satu *e-commerce* terkini ialah Tiktok Shop, yang menawarkan berbagai keunggulan seperti pengiriman gratis, *live event*, harga yang kompetitif, dan kualitas produk yang bagus. Penelitian mengenai manajemen data dengan cara mengukur kualitas layanan Tiktok Shop dilakukan dengan metode *E-Servqual* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode *E-Servqual* digunakan untuk mengukur perbedaan antara impian dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima, sedangkan metode IPA membantu menilai tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pentingnya dan kinerja layanan tersebut. Hasil dari penelitian ini dapat membantu Tiktok Shop meningkatkan kualitas layanannya agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dengan begitu, penelitian ini memberikan pemahaman yang komprehensif tentang elemen-elemen yang mempengaruhi kepuasan dan pengalaman pengguna dengan Tik Tok Shop., dengan fokus khusus pada keamanan dan daya tanggap layanan.

Kata Kunci: Data Manajemen, Tiktok Shop, E.Commerce, E- Servqual, Importance Performance Analysis.

Riwayat Artikel :

Tanggal diterima : 11-08-2024

Tanggal revisi : 19-08-2024

Tanggal terbit : 26-08-2024

DOI :

<https://doi.org/10.31949/infotech.v10i2.10933>

INFOTECH journal by Informatika UNMA is licensed under CC BY-SA 4.0

Copyright © 2024 By Author



1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan Teknologi Informasi di dunia bisnis saat ini memainkan peran yang sangat penting bagi para pengusaha dalam mengelola dan memperluas usaha mereka. Teknologi informasi memungkinkan bisnis dijalankan dengan lebih aman, cepat, efisien, dan tepat, salah satunya ialah *e-commerce* [1]. Selain itu juga memainkan peran penting dalam mendukung pengelolaan dan pengambilan keputusan berbasis data yang efisien, khususnya dalam konteks *e-commerce* seperti TikTok Shop.

E-commerce merupakan bentuk bisnis digital penghubung perusahaan maupun perorangan sebagai pembeli atau penjual melakukan transaksi elektronik, seperti menukar barang, berdagang, atau pertukaran informasi melalui media online. Perkembangan internet yang sangat pesat mendorong penyedia layanan belanja online seperti TikTok Shop untuk terus memperbarui *platform* mereka agar dapat bersaing dengan *e-commerce* lainnya [2].

Sejak tahun 2021, TikTok Shop telah menjadi sangat populer karena fitur *live streaming* yang dapat digunakan oleh berbagai merek dan video review, seperti *unboxing*, yang menjadikannya sangat populer. Dengan fitur ini, pelanggan tergoda untuk membeli barang yang dipromosikan. Ini menunjukkan bahwa TikTok Shop yaitu alat promosi yang efektif, terutama karena jumlah pengguna yang besar. Karenanya pengalaman penggunaannya dieksplorasi lebih dalam untuk mengetahui *platform* tersebut efektif atau belum [3].

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan TikTok Shop, beberapa peneliti melakukan studi terkait. Salah satunya adalah penelitian oleh Septia, dkk.[3], mereka menganalisis kualitas aplikasi TikTok Shop dengan meninjau perilaku dan pengalaman konsumen. Penelitian ini menekankan pentingnya pengalaman konsumen dalam menilai kualitas *platform e-commerce* tersebut.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari, dkk., Tiktok Shop berpengaruh besar terhadap kehidupan seseorang, khususnya dalam hal minat belanja secara *online*. Tiktok Shop juga mempermudah brand untuk memperluas dan mencapai *audience* di berbagai tempat [4].

Manajemen data membantu dalam mendukung proses evaluasi kualitas layanan. Dengan pengelolaan data yang efektif, perusahaan dapat memastikan bahwa data yang diperoleh dari pelanggan dianalisis secara akurat untuk menghasilkan wawasan yang dapat diandalkan.

Manajemen data adalah proses yang mencakup pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, dan analisis data untuk menghasilkan informasi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks *e-commerce* seperti TikTok Shop, manajemen data menjadi sangat penting karena layanan yang diberikan kepada pelanggan sangat

bergantung pada informasi yang diperoleh dari interaksi pengguna dan transaksi online. Pengelolaan data pelanggan menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas layanan. TikTok Shop, sebagai salah satu *platform e-commerce* terbaru, perlu memastikan bahwa manajemen data yang dilakukan dapat mendukung analisis kualitas layanan secara menyeluruh. Pertanyaan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah: Bagaimana manajemen data dapat dioptimalkan untuk mendukung evaluasi dan peningkatan kualitas layanan TikTok Shop?

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan TikTok Shop menggunakan metode *E-Servqual* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Selain itu, penelitian ini juga fokus pada bagaimana manajemen data yang efektif, mulai dari pengumpulan hingga analisis data, dapat meningkatkan akurasi dan kualitas hasil evaluasi layanan.

1.2. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Banurea, dkk.,[5] menjelaskan manfaat yang didapat dari penggunaan teknologi *database* dalam pengelolaan data bisnis, diantaranya adalah meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kecepatan pengambilan keputusan, memungkinkan analisis data yang lebih baik, dan meningkatkan keamanan data. Dalam hal ini, penggunaan teknologi *database* akan memudahkan perusahaan dalam melakukan integrasi data dan meminimalkan duplikasi data. Namun, penggunaan teknologi *database* juga dapat menimbulkan tantangan yang dijelaskan dalam artikel jurnal. Tantangan tersebut diantaranya adalah kompleksitas pengelolaan dan integrasi data, biaya implementasi yang tinggi, dan risiko keamanan data. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan solusi seperti manajemen data terpadu, penggunaan teknologi cloud, dan keamanan data yang canggih agar dapat mengatasi tantangan tersebut.

Penelitian “*Service Quality Delivery Through Web Sites*” [6] menjelaskan bahwa *E-Servqual* ialah model pengukuran kualitas layanan yang dikembangkan untuk menilai kualitas layanan *online*. Metode ini digunakan untuk mengukur jarak antara apa yang diinginkan pelanggan dan apa yang mereka pikirkan tentang layanan yang mereka terima. *E-Servqual* menggunakan lima dimensi utama: *tangibles* (tampak), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Dalam penelitian ini, *E-Servqual* digunakan untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan TikTok Shop.

Dimensi dalam *E-Servqual*:

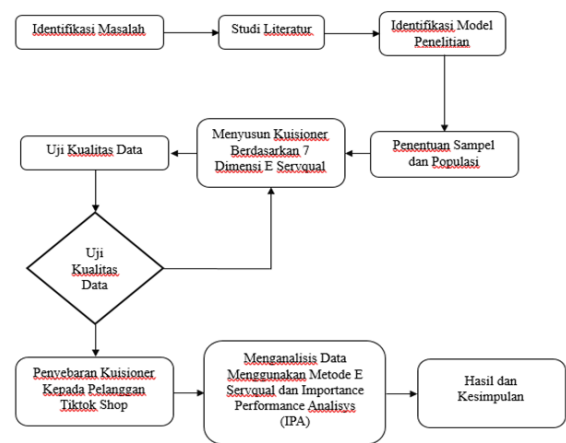
- Tangibles* (Bukti Fisik): Data yang dikumpulkan tentang kesan pelanggan terhadap tampilan aplikasi dan kemudahan navigasi dapat membantu TikTok Shop untuk meningkatkan aspek bukti fisik dari layanan mereka

- b. *Reliability* (Kehandalan): Tiktok Shop dapat meningkatkan kehandalan dengan bekerjasama dengan penyedia logistik untuk memperbaiki efisiensi pengiriman, berdasarkan analisis data.
- c. *Responsiveness* (Responsivitas): Kesiadaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat. Data pengguna meninggalkan proses pembelian karena respon chat yang lambat berkaitan langsung dengan responsivitas layanan. Ini menunjukkan bagaimana pengumpulan dan analisis data bisa digunakan untuk meningkatkan responsivitas.
- d. *Assurance* (Jaminan): Dengan memastikan data pelanggan disimpan dengan aman dan hanya diakses oleh pihak yang berwenang, TikTok Shop dapat meningkatkan kepercayaan dan rasa aman pelanggan, yang berkontribusi pada dimensi jaminan.
- e. *Empathy* (Empati): Analisis data pelanggan yang lebih dalam dapat memungkinkan TikTok Shop untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi individu, sehingga layanan yang diberikan bisa lebih personal dan menunjukkan empati yang tinggi terhadap pelanggan.

Pada penelitian “Analisis *User Experience* Aplikasi Flip Menggunakan Metode *Heart Metrics* dan *Importance Performance Analysis*” [7], *Importance Performance Analysis* (IPA) ialah sebuah metode pengukuran yang digunakan untuk menilai mengevaluasi tingkatan prioritas dan kinerja dari berbagai atribut produk atau layanan. Metode ini memungkinkan untuk menentukan seberapa penting dan kinerja setiap atribut pada objek yang diteliti sebagai pengukuran pengalaman dan kepuasan pengguna. Kepuasan pelanggan berarti tingkat di mana barang atau pelayanan yang diberikan perusahaan memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dari keberhasilan perusahaan karena berkorelasi dengan loyalitas pelanggan dan retensi. Dalam konteks *e-commerce*, banyak faktor mempengaruhi harapan pelanggan seperti kualitas produk, layanan pelanggan, dan pengalaman berbelanja secara keseluruhan [8].

1.3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data kuesioner untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan TikTok Shop. Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode *E-Servqual* untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan, serta IPA untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau dipertahankan. Berikut adalah urutan langkah-langkah penelitian yang digambarkan dalam bentuk diagram.



Gambar 1. Alur penelitian

a. Identifikasi Masalah

Langkah awal dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi masalah terkait topik bahasan, yaitu mengukur kualitas dari layanan aplikasi TikTok Shop. Tujuannya ialah untuk menentukan layanan mana yang perlu diperbaiki, ditingkatkan, atau dipertahankan kualitasnya.

b. Identifikasi Model Penelitian

Digunakan dua model penelitian, yaitu *E-Service Quality* yang memiliki tujuh indikator pelayanan (*Efficiency, Fulfillment, Reliability, Privacy, Responsiveness, Compensation, dan Contact*) sebagai dasar analisis, serta IPA. Dengan menggunakan diagram kartesius empat kuadran, IPA digunakan untuk mengevaluasi indikator layanan yang menjadi fokus utama dan prioritas perbaikan. Penggunaan Tableau dalam penelitian ini memungkinkan visualisasi hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) yang lebih intuitif dan interaktif. Ini membantu peneliti dan pemangku kepentingan di TikTok Shop untuk lebih mudah memahami prioritas perbaikan layanan yang harus dilakukan, serta membuat keputusan yang lebih cepat dan akurat berdasarkan data yang tersedia.

c. Variabel

Berikut ini adalah variable penelitian yang digunakan pada kuisisioner yaitu:

d. Efisiensi

Efisiensi merupakan kemudahan pengguna dalam mengakses serta meninggalkan sistem sekaligus mencari informasi tentang produk yang diinginkan.

e. Pemenuhan

Kesempurnaan *platform* penyedia ketepatan waktu dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

f. Kehandalan

Kemampuan untuk memberika pelayanan yang dijanjikan dan diharapkan sesuai dengan eksistensi dan ketepatan.

g. Kemanan

Menjamin keamanan data dan transaksi pelanggan serta merhasiakan dari pihak lain.

h. Daya Tanggap

Kemampuan dalam memberi informasi yang tepat saat menghadapi kendala dan mempunyai sistem yang memberikan jaminan pada pelanggan.

i. Kompensasi

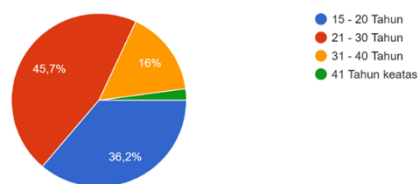
Pemberian kepuasan kepada pelanggan pada saat terjadi kegagalan atau kesalahan pada sistem.

j. Kontak

Hal ini terkait dengan fitur layanan yang memungkinkan pelanggan untuk berkomunikasi dengan penyedia layanan atau pengguna lain.

2. KARAKTERISTIK RESPONDEN

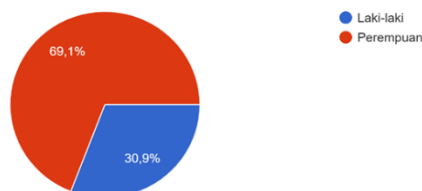
a. Karakteristik berdasarkan usia



Gambar 2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Didapat responden yang berusia 15-20 tahun sebesar 36,2%, berusia 21-30 tahun sebesar 45,7%, berusia 31-40 tahun sebesar 16 % dan yang berusia 41 tahun ke atas sebesar 2,1% dari jumlah 94 responden.

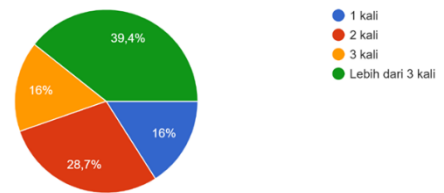
b. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin



Gambar 3. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Responden laki sebesar 30,9% sedangkan jumlah responden Perempuan lebih besar yaitu sebesar 69,1% dari 94 responden.

c. Karakteristik berdasarkan jumlah transaksi



Gambar 4. Karakteristik responden berdasarkan jumlah transaksi

Responden dengan jumlah transaksi 1 kali sebesar 16%, bertransaksi 2 kali sebesar 28,7%, bertransaksi 3 kali sebesar 16%, dan yang bertransaksi lebih dari 3 kali sebesar 39,4% dari jumlah 94 responden.

3. ANALISIS

Tahap analisis menggunakan metode *E-Servqual* dan IPA:

a. *E-Servqual*

Penelitian ini menentukan nilai gap dari masing-masing dimensi yang ada pada metode E Servqual. Nilai persepsi (X) dan nilai harapan pengguna (Y) dapat dijumlahkan untuk mendapatkan rata-rata, yang dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut. [9]:

$$X = \frac{\sum X_i}{n} \quad (1)$$

$$Y = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (2)$$

Keterangan :

X = Rata-rata skor tingkat persepsi realita

$\sum X_i$ = Total skor persepsi per indikator

Y = Total skor rata-rata tingkat harapan/ekspektasi

$\sum Y_i$ = Total skor harapan per indicator

n = jumlah responden

Nilai gap atau kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi dan nilai rata-rata harapan pengguna, juga dikenal sebagai E Servqual, dihitung dengan menggunakan rumus berikut. [10]:

$$\text{Skor } E\text{-Servqual} = X_i - Y_i \quad (3)$$

Keterangan :

X_i = Skor rata-rata tingkat persepsi/realita.

Y_i = Skor rata-rata tingkat harapan/ekspektasi.

Mengevaluasi dan menyimpulkan hasil hitungan nilai gap atau kesenjangan kualitas pelayanan untuk masing-masing dimensi, dan kemudian analisis dan simpulkan dengan ketentuan.

- a). Jika nilai gap negatif (< 0) artinya adanya kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pengguna yang artinya “belum memuaskan”.
 - b). Jika nilai gap sama dengan nol ($= 0$) berarti kualitas layanan telah sesuai dengan ekspektasi pengguna yang artinya “memuaskan”.
 - c). Jika nilai gap positif (> 0) berarti kualitas layanan telah melebihi tingkat kepuasan pengguna yang artinya “sangat memuaskan”.
- b. *Importance Performance Analysis (IPA)*
- Keunggulan metode IPA dibandingkan dengan strategi lain ialah bisa melangkah cepat dan tepat dalam mengatasi kekecewaan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga nantinya dapat memenuhi harapan konsumen [11]. Tableau digunakan untuk memetakan hasil analisis pada matriks IPA, yang membagi layanan ke dalam empat kuadran: Konsentrasi Peningkatan, Pertahankan Prestasi, Prioritas Rendah, dan Mungkin Berlebihan. Alat ini memungkinkan visualisasi yang jelas dan interaktif, membantu dalam pengambilan keputusan yang didasarkan pada prioritas perbaikan layanan yang paling penting menurut pelanggan. Berikut adalah visualisasi data menggunakan Tableau yang menunjukkan matriks Importance-Performance Analysis (IPA) :



Gambar 5. Diagram kartesius importance-performance analysis

4. PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilakukan melalui survei yang disebarkan kepada pengguna TikTok Shop. Data yang dikumpulkan mencakup dimensi-dimensi kualitas layanan seperti efisiensi, kehandalan, keamanan, daya tanggap, dan kontak. Data yang diperoleh kemudian diproses menggunakan metode *E-Servqual* untuk mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima.

a. Hasil *E-Servqual*

Berikut hasil dari *E-Servqual* dalam tabel dibawah:

Tabel 1. Hasil *e-servqual*

Dimensi	Persepsi (X)	Harapan (Y)	Nilai Gap
Efisiensi	2,73	3,74	-1,01
Pemenuhan	2,57	3,75	-1,18
Kehandalan	2,63	4,02	-1,39
Keamanan	2,57	3,69	-1,12
Daya Tanggap	2,89	3,69	-0,80
Kontak	3,44	3,85	-0,41
Kontak	3,41	3,72	-0,31
Rataan	2,89	3,78	-0,88

Dalam tabel 1. terdapat rekapitulasi hasil perhitungan *E-Servqual* dalam mengukur kepuasan pengguna TikTok Shop. Metode *E-Servqual* dimanfaatkan untuk pengukuran kesenjangan harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan TikTok Shop. Hasilnya menunjukkan adanya kesenjangan negatif pada semua dimensi, dengan nilai rata-rata sebesar -0,88, yang mengindikasikan bahwa layanan yang ditawarkan TikTok Shop masih belum memenuhi harapan pelanggan.

Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah perbaikan yang signifikan untuk meningkatkan kualitas layanan.

- 1) Pengumpulan data dari berbagai sumber, seperti ulasan pelanggan dan data transaksi, menjadi langkah awal yang sangat penting. Data ini memungkinkan TikTok Shop untuk memahami area spesifik di mana layanan mereka tidak memenuhi harapan pelanggan. Misalnya, data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa banyak pengguna meninggalkan proses pembelian di tengah jalan karena lambatnya waktu muat halaman, yang berdampak pada dimensi responsivitas layanan.
- 2) Penyimpanan data yang efektif memastikan bahwa data yang relevan selalu tersedia dan dapat diakses dengan cepat untuk analisis lebih lanjut. TikTok Shop, misalnya, dapat memanfaatkan teknologi penyimpanan berbasis *cloud* yang aman untuk menyimpan data pengguna, sehingga dapat digunakan kapan saja untuk menganalisis dan meningkatkan layanan, seperti responsivitas dan kehandalan layanan.
- 3) Analisis data memainkan peran krusial dalam menghubungkan data yang telah dikumpulkan dan disimpan dengan

tindakan strategis yang dapat diambil untuk meningkatkan kualitas layanan. Misalnya, analisis yang menunjukkan bahwa dimensi kehandalan mendapat skor rendah dapat memicu TikTok Shop untuk meningkatkan kecepatan respon layanan pelanggan atau bekerja sama dengan penyedia logistik untuk memperbaiki efisiensi pengiriman.

b. Hasil *Importance Performance Analysis*

Kuadran Dimensi Layanan:

Kuadran I Keamanan, Daya Tanggap

Kuadran II Kehandalan

Kuadran III Kompensasi, Kontak

Kuadran IV Efisiensi, Pemenuhan

Melalui analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) yang divisualisasikan menggunakan Tableau, area-area yang perlu ditingkatkan diidentifikasi dengan jelas. Gambar 5 menunjukkan bahwa :

Kuadran I (Konsentrasi di Sini): Hasilnya menunjukkan bahwa aspek keamanan dan daya tanggap berada di Kuadran I, yang berarti kedua aspek ini sangat penting namun kinerjanya masih rendah, sehingga perlu mendapat perhatian dan perbaikan segera.. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan manajemen data yang lebih fokus pada keamanan dan daya tanggap layanan TikTok Shop untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi): Menunjukkan area yang sangat penting dan kinerjanya tinggi, yaitu kehandalan. TikTok Shop perlu mempertahankan kinerja baik di area ini.

Kuadran III (Prioritas Rendah): Menunjukkan area yang kurang penting dengan kinerja rendah, termasuk kompensasi dan kontak. Meskipun tidak menjadi prioritas utama, perbaikan di area ini tetap penting.

Kuadran IV (Berlebihan): Menunjukkan area yang kurang penting tetapi kinerjanya tinggi, yaitu efisiensi dan pemenuhan. TikTok Shop dapat mempertimbangkan untuk mengalokasikan sumber daya dari area ini ke area yang lebih membutuhkan perbaikan.

c. Hasil Penelitian

Hasil analisis menunjukkan bahwa manajemen data yang lebih terstruktur dan terintegrasi dapat secara signifikan mengurangi kesenjangan layanan, khususnya dalam hal keamanan dan daya tanggap yang diidentifikasi sebagai area prioritas. Dengan fokus pada peningkatan dalam hal keamanan dan daya tanggap ini, TikTok Shop dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Selain

itu, mempertahankan kinerja baik di area kehandalan juga penting untuk memastikan pelanggan tetap puas dengan layanan yang diberikan.

Dimensi kehandalan dan responsivitas membutuhkan perbaikan. Analisis data menunjukkan bahwa beberapa area layanan memerlukan perhatian khusus berdasarkan persepsi pelanggan. Dengan teknologi yang digunakan, TikTok Shop dapat menerapkan strategi perbaikan secara lebih cepat dan tepat sasaran, sehingga meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan.

Proses manajemen data yang diterapkan dalam penelitian ini terbukti krusial dalam memastikan keakuratan temuan tersebut. Misalnya, dengan manajemen data yang terstruktur, data yang tidak lengkap atau inkonsisten dapat diidentifikasi dan diperbaiki sebelum analisis, sehingga hasil yang diperoleh lebih valid dan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan strategis. Hasil analisis menunjukkan adanya kesenjangan dalam beberapa aspek layanan yang perlu ditingkatkan.

5. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, TikTok Shop telah berhasil memenuhi beberapa aspek penting bagi pengguna, namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan meskipun secara keseluruhan tidak ada aspek kritis yang kinerjanya rendah. Untuk meningkatkan kualitas layanan di TikTok Shop, perlu dilakukan evaluasi berkelanjutan berdasarkan hasil dari metode *E-Servqual* dan IPA. Pengelolaan data yang baik, mulai dari pengumpulan, penyimpanan, hingga analisis, menjadi fondasi yang tidak terpisahkan dalam evaluasi ini. Misalnya, pengumpulan data dari sesi pengguna yang menunjukkan masalah responsivitas, atau analisis data yang mengidentifikasi area perbaikan pada kehandalan layanan, akan memandu perusahaan dalam menentukan prioritas tindakan yang diperlukan.

Lebih jauh, penelitian ini menekankan pentingnya manajemen data yang baik dalam proses evaluasi kualitas layanan. Data yang dikelola dengan baik mendukung akurasi analisis kualitas layanan. Oleh karena itu, *e-commerce* perlu mempertimbangkan investasi dalam sistem manajemen data yang lebih baik untuk mendukung peningkatan kualitas layanan secara keseluruhan.

Selain itu, manajemen data yang efektif, mulai dari pengumpulan hingga analisis, merupakan fondasi penting dalam upaya peningkatan kualitas layanan. Dengan dukungan teknologi yang tepat, perusahaan dapat mengelola data dalam jumlah besar dengan lebih efisien dan menghasilkan wawasan yang dapat diandalkan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik.

PUSTAKA

- [1] Dita Fitriani and Hwihanus Hwihanus, "Peranan Sistem Informasi Manajemen Terhadap Perkembangan E-Commerce Dalam Pengambilan Keputusan Bagi Usaha Umkm," *J. Kaji. dan Penal. Ilmu Manaj.*, vol. 1, no. 1, pp. 64–77, 2023, doi: 10.59031/jkpim.v1i1.50.
- [2] R. A. Ritonga, S. Sarkum, and E. Elvina, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Keamanan Layanan Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tik Tok Shop Di Rantauprapat," *J. Econ. Bussines Account.*, vol. 7, no. 1, pp. 1767–1780, 2023, doi: 10.31539/costing.v7i1.7673.
- [3] S. S. Ardani, R. Khairani, D. N. Alfaiz, and F. A. Nofirda, "Analisis Pengalaman Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk terhadap Perilaku Konsumen pada TikTok Shop," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 8, no. 1, pp. 2913–2919, 2024.
- [4] A. D. Puspitasari *et al.*, "Pengaruh Media Promosi Tiktok Shop Terhadap Minat Beli Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Uin Suska Riau," *Neraca Manajemen, Ekon.*, vol. 2, no. 12, p. 2023, 2023.
- [5] M. Suharni Banurea and M. Irwan Padli Nasution, "Penerapan Teknologi Database Dalam Pengelolaan Data Bisnis," *Penerapan Teknol. Database Dalam Pengelolaan Data Bisnis*, vol. Vol.1, no. 3, pp. 1–6, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.59024/jiti.v1i3.284>
- [6] V. A. Zeithaml, A. Parasuraman, and A. Malhotra, "Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge," *J. Acad. Mark. Sci.*, vol. 30, no. 4, pp. 362–375, 2002, doi: 10.1177/009207002236911.
- [7] R. P. Syahputra, R. Hardiartama, B. P. Kristana, and A. Wulansari, "Analisis User Experience Aplikasi Flip Menggunakan Metode Heart Metrics dan Importance Performance analysis (IPA)," *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 4, no. 2, pp. 228–236, 2023, doi: 10.33365/jatika.v4i2.2630.
- [8] K. L. Kotler, Philip & Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education Inc, 2016.
- [9] S. Zinah, M. L. Hamzah, N. E. Rozanda, and F. N. Salisah, "Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Menggunakan Metode E-Servqual Dan Kano," *J. Tek. Inform. dan Sist. Informas.*, vol. 10, no. 2, pp. 316–328, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/jatiasi/article/view/4544>
- [10] N. Wisudawati, M. G. Irfani, M. Hastarina, and B. Santoso, "Penggunaan Metode Importance-Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Administrasi Kependudukan," *Integr. J. Ilm. Tek. Ind.*, vol. 8, no. 1, pp. 32–39, 2023, doi: 10.32502/js.v8i1.5969.
- [11] R. Budiarti and A. Manurung, "Metode IPA Sebagai Analisis Kepuasan Penggunaan BPJS Kesehatan Terhadap Kualitas Pelayanan Faskes di Lubuk Pakam," *FARABI J. Mat. dan Pendidik. Mat.*, vol. 6, no. 1, pp. 32–40, 2023, [Online]. Available: <http://siakad.univamedan.ac.id/ojs/index.php/JMPM/article/view/431%0Ahttp://siakad.univamedan.ac.id/ojs/index.php/JMPM/article/download/431/386>