

**ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI ALFAGIFT  
( Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya)**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**SHERLY ALIAH PUSPITA  
NPM 061930601586**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PALEMBANG  
2022**

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan dunia usaha saat ini membawa dampak pada persaingan bisnis yang semakin ketat dalam hal penggunaan teknologi informasi. Seiring dengan perkembangan internet, yang menyebabkan dunia bisnis di Indonesia mengalami perubahan. Pesatnya perubahan dari penggunaan internet memicu pertumbuhan perdagangan elektronik atau sering disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik.

Pesatnya perkembangan teknologi elektronik yang memicu perkembangan *e-business*. *E-business* merupakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjalankan bisnis sehingga dapat memperoleh keuntungan. Perkembangan *e-business* secara perlahan mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya masyarakat kota. Sebagai contohnya yaitu penggunaan jasa pengantaran barang, masyarakat umumnya lebih memilih berbelanja daring (*online*) dibandingkan dengan berbelanja langsung di tempat.

Kemajuan teknologi jaringan secara pesat menjadi peluang bagi perusahaan dalam menyediakan aplikasi *online* sebagai tambahan untuk belanja *offline* agar dapat terus bertahan mengikuti zaman yang semakin canggih. Perusahaan bersaing menyediakan sistem penjualan *online* yang menawarkan keunggulan dan kemudahan bagi konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. Memberikan kenyamanan bagi para pengguna internet, perusahaan menciptakan fitur elektronik sehingga akses untuk mendapatkan produk atau jasa yang diperlukan menjadi semakin cepat, mudah, aman, efektif, efisien.

Alfagift diluncurkan oleh PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk pada tahun 2015 merupakan aplikasi perangkat lunak digital yang menawarkan berbagai

produk dengan harga bersaing. Melalui fitur pembelian kebutuhan sehari-hari secara online dengan menggunakan kartu member secara virtual. Alfagift menawarkan berbagai transaksi pembayaran melalui transfer antar bank bca, *e-money*, go-pay, cod dan masih banyak lagi supaya memudahkan konsumen melakukan pembayaran. Berdasarkan data google play store pada saat ini aplikasi Alfagift telah diunduh sebanyak lebih dari 10 juta pengunduh. Hal ini menunjukkan besarnya antusiasme konsumen alfamart dalam menggunakan aplikasi alfagift untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari secara *online*.



**Gambar 1.1**  
**Jumlah Pengunduh Aplikasi Alfagift**  
 Sumber: Google Play Store, 2022

Alfagift adalah aplikasi pesan antar produk pada alfamart menggunakan aplikasi. Beberapa produk yang sering dipesan oleh mahasiswa sangat beragam seperti perlengkapan *make up*, makanan ringan, sampai kebutuhan sehari-hari. Mahasiswa memilih aplikasi Alfagift karena dapat melihat produk yang sedang promo tanpa harus ke Alfamart, terdapat juga voucher potongan harga dan *cashback* point yang bisa ditukar jika sering berbelanja kemudian gratis ongkos kirim, respon yang cepat dan lebih praktis tidak perlu mengantri serta menempuh jarak jauh.

Cara pemesanan produk melalui aplikasi Alfagift, dengan cara berikut. Pertama dengan mengunduh aplikasi Alfagift di *playstore*. Kedua membuat

akun dengan cara *log in* menggunakan nomor *handphone*. Selanjutnya aplikasi Alfagit dapat digunakan dengan cara cari dan memilih produk yang diinginkan dengan klik tab *Product*. Kemudian ketik produk apa yang dicari pada kolom pencarian. Tambahkan di keranjang dan pastikan alamat pengiriman atau pengambilan sudah sesuai, pilih *delivery* dan pilih metode pembayaran yang diinginkan bisa melalui *cod*, *gopay*, *shopeepay*, bank transfer atau kartu kredit lalu klik bayar.

Penilaian pada aplikasi Alfagift sangat berpengaruh untuk menjaga potensi untuk pelanggan dan mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Seluruh kegiatan suatu bisnis pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Dalam era globalisasi ini, suatu bisnis akan selalu menyadari akan pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan pelanggan sangatlah perlu. Banyak manfaat bagi aplikasi Alfagift apabila tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, dimana akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran. Perusahaan jasa mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh mengingkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Pada dasarnya, kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah proses pembelian pada penggunaan aplikasi Alfagift terjadi. Apabila pelanggan merasa puas, mereka akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk membeli produk dengan menggunakan aplikasi Alfagit kembali. Pelanggan yang puas cenderung juga cenderung akan memberikan referensi yang baik kepada orang lain. Tidak demikian dengan seorang pelanggan yang tidak puas. Pelanggan yang tidak atau kurang puas dapat melakukan tindakan komplain dan bahkan tidak akan menggunakan aplikasi Alfagift lagi untuk membeli produk, oleh karena itu perusahaan harus dapat mengantisipasi. Sebab, seorang pelanggan yang tidak puas dapat merusak citra perusahaan.

Perusahaan harus memiliki cara untuk menekan jumlah pelanggan yang tidak puas setelah penggunaan aplikasi setelah membeli produk.

Maka berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik memilih judul **“Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Alfagift (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setelah mengetahui latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diambil oleh peneliti dalam laporan ini adalah mengenai **“Bagaimana Kepuasan Pengguna Aplikasi Alfagift Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya yang Indekos di Jalan Lunjuk Jaya?”**

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Supaya dalam penulisan laporan akhir ini terarah dan tidak menyimpang dari masalah-masalah yang ada, maka peneliti membatasi pembahasan pada model penerimaan teknologi terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Alfagift pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya yang indekos di Jalan Lunjuk Jaya.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pengguna Aplikasi Alfagift pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya yang indekos di Jalan Lunjuk Jaya.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembaca tentang kepuasan pengguna Aplikasi Alfagift, serta dapat memicu penelitian selanjutnya yang lebih baik dalam kepuasan pengguna Aplikasi Alfagift.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada pembahasan terkait kepuasan pengguna Aplikasi alfaGift oleh Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya yang berlokasi di Jalan Lunjuk Jaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu suatu model yang dibuat untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang penulis gunakan dalam penyusunan laporan akhir ini adalah:

#### **a. Data Primer**

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Yusi dan Idris, 2016:109). Data primer dalam penelitian ini diambil dengan cara membuat kuesioner yang kemudian disebarakan kepada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya yang berlokasi di Jalan Lunjuk Jaya dengan tujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap Aplikasi AlfaGift.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Yusi dan Idris, 2016:109). Data ini diperoleh dari beberapa sumber informasi seperti buku, internet, laporan, jurnal, literatur dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk proses lebih lanjut, seperti, tujuan, visi dan misi perusahaan, informasi mengenai perusahaan data lainnya yang relevan untuk digunakan dalam penelitian ini.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Bungin (2017:133), metode pengumpulan data merupakan bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Adapun dalam metode pengumpul data yang digunakan sebagai bahan penyusunan Laporan Akhir ini adalah:

#### a. Riset Lapangan (*Field Research*)

Melakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data dan informasi secara langsung dengan cara:

##### **Kuesioner**

Menurut Sugiyono (2013:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dalam hal ini peneliti memberikan kuesioner kepada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya yang indekos di Jalan Lunjuk Jaya. Hasil kuesioner inilah yang akan dijadikan bahan sebagai pembahasan dari permasalahan.

#### b. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Menurut Sugiyono (2008:487), riset kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Riset kepustakaan ini, penulis akan mengambil data informasi yang ada kaitannya dengan masalah yang sedang dibahas sebagai landasan teori dalam menganalisis masalah yang ada baik melalui buku-buku, artikel dari internet, dan literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini untuk melengkapi dalam penulisan penelitian ini supaya pembaca lebih banyak mengetahui mengenai perusahaan yang diteliti ini.

### 1.5.4 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya yang Indekos di Jalan Lunjuk Jaya.

#### b. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:118), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini didasarkan pada perhitungan dengan jumlah populasi yang tak terhingga yang menggunakan rumus Roscoe dalam Sekaran (2006) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsample (Pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya). Ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
4. Penelitian eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampai kecil antara 10 sampai dengan 20.

Pada penelitian ini, berdasarkan saran-saran dari Roscoe tersebut peneliti memilih poin kedua untuk mengukur jumlah sampel. Mengambil ukuran sampel dengan **30 orang responden** Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya yang indokos di Jalan



Lunjuk Jaya dengan dipecah ke dalam subsample. Teknik pengambilan sampel ini diambil setelah melakukan prasurvei mengenai pengguna Aplikasi Alfacift dengan asumsi tidak semua penduduk RT 10 RW 30 di Jalan Lunjuk Jaya adalah Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya dan juga tidak semua Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya yang indekos tersebut menggunakan Aplikasi Alfacift.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	12	40%
2	Perempuan	18	60%
Total		30 orang	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

### 1.5.5 Analisa Data

#### a. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan dengan mengklasifikasikan dalam bentuk kategori (Yusi dan Idris, 2009:102). Data kualitatif dalam penelitian ini didapat berdasarkan hasil jawaban responden yang ada pada kuesioner. Hasil jawaban tersebut kemudian diukur dengan skala pengukuran *Likert*.

Peneliti menggunakan skala *Likert* untuk digunakan dalam kuesioner nantinya. Menurut Riduwan (2010:38-39), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Adapun dalam skala *Likert*, setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata dan pada skala *Likert* ini terdapat lima nilai pengukuran untuk mengetahui seberapa banyak yang menjawab pernyataan dengan penilaian yang tersedia

untuk dapat dihitung selanjutnya sehingga dapat diketahui seberapa setuju atau tidak setuju pernyataan yang diberikan nantinya, dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Skala *Likert***

No.	Keterangan	Skala
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan, 2010

Skala *Likert* ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban itu akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.

#### **b. Data Kuantitatif**

Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik. (Yusi dan Idris, 2009:109). Penulis juga menggunakan analisis data kualitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan. Untuk mencari nilai indeks kinerja atau penilaian responden yang penilaiannya dapat dicari dengan rumus. Menurut Riduwan dan Akdon (2013:38), rumus yang digunakan untuk presentasi ialah sebagai berikut:

$$IS = \frac{\text{total skor penelitian}}{\text{skor ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

IS : Interpretasi Skor  
 Total Skor Penelitian : Jawaban Responden x Bobot Nilai  
 Skor Ideal : Skala Nilai Tertinggi x Jumlah Responden  
 5 x 30 = 150

Setelah menentukan presentasi dan mendapatkan hasilnya dengan menggunakan rumus di atas, maka kita dapat menggolongkan presentasi tersebut ke dalam kriteria Interpretasi Skor item, dari presentasi yang dihasilkan tadi baru dapat dilihat apakah skor tersebut masuk ke dalam golongan atau item sangat lemah, lemah, cukup, kuat, sangat kuat skor dalam item-item tersebut dimulai dari 0% sampai dengan 100%. Sehingga setiap variabel penelitian akan diketahui dalam setiap pernyataan dalam masing-masing variabel akan memiliki hasil yang berbeda-beda sesuai dengan jawaban dari setiap responden, dengan begitu peneliti dapat mengetahui seberapa kuat atau bahkan seberapa lemah pernyataan yang dituju kepada responden. Pada tabel 1.4 dapat dilihat interpretasi skor item dalam variabel penelitian sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Dasar Interpretasi Skor Item dalam Variabel Penelitian**

No.	Skor/Angka	Interpretasi
1	0% - 20%	Sangat Lemah
2	21% - 40%	Lemah
3	41% - 60%	Cukup
4	61% - 80%	Kuat
5	81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan dan Akdon, 2013

