

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai dasar pembandingan dan pendukung dalam penelitian ini, khususnya yang berkaitan dengan e-service quality, keamanan transaksi, dan kepuasan konsumen pada platform e-commerce Shopee. Pada bagian ini peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasi atau yang belum terpublikasikan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Fauzi, 2021) dengan judul “Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Universitas Majalengka Pelanggan E-Commerce Shopee) menunjukkan bahwa e-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan elektronik yang cepat, mudah digunakan, serta mampu memenuhi kebutuhan pengguna menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen Shopee.

Penelitian oleh (Safira & Nirawati, 2024) dengan judul “The Influence of E-Servicescape, E-Trust, and E-Service Quality on Customer Satisfaction on the E-Commerce (Study of Shopee Users in Surabaya City) menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-service quality memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan bersama e-trust dan e-

servicescape. Semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan Shopee, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kuska et al., 2024) yang berjudul “Improving the E-Satisfaction and E-Loyalty Based on E-Trust and E-Service Quality on Shopee Customer” menjelaskan bahwa e-service quality berperan penting dalam membentuk e-satisfaction yang kemudian mendorong loyalitas pelanggan Shopee. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa kualitas layanan elektronik merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan marketplace.

Penelitian oleh (Lestari et al., 2025) dengan judul “Pengaruh Security, Reliability, Assurance, dan Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada Platform E-Commerce Shopee” juga menemukan bahwa keamanan, keandalan sistem, jaminan layanan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini memperlihatkan bahwa selain kualitas layanan elektronik, aspek keamanan tetap menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman berbelanja yang memuaskan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Zahra & Wirawan, 2025) yang berjudul “Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen pada Aplikasi Shopee”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa e-service quality memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan elektronik yang cepat, mudah digunakan, responsif, dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna menjadi faktor utama yang meningkatkan kepuasan konsumen Shopee.

Penelitian yang dilakukan oleh (Agustin et al., 2023) dengan judul “Analisis Kepercayaan, Keamanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Online Shop Shopee (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah STEBIS IGM)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan transaksi dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin aman sistem transaksi dan semakin baik persepsi konsumen terhadap harga, maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Husain et al., 2025) dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi terhadap Loyalitas Pengguna dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Mediasi pada Platform E-Commerce Shopee”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan transaksi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian tersebut menegaskan bahwa rasa aman ketika melakukan transaksi online menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna aplikasi Shopee.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa e-service quality dan keamanan transaksi memiliki peranan penting dalam memengaruhi kepuasan konsumen. Sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan oleh platform Shopee, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Selain itu, keamanan transaksi juga menjadi faktor penting karena mampu memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan pengguna dalam bertransaksi. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian dilakukan pada mahasiswa atau masyarakat

perkotaan. Penelitian yang mengkaji pengaruh e-service quality dan keamanan transaksi terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee di lingkungan pedesaan, khususnya Dusun Tebangan masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan bukti empiris mengenai perilaku konsumen Shopee pada masyarakat pedesaan.

B. Uraian Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah konsumen membandingkan antara harapan sebelum membeli dengan kinerja produk atau jasa yang diterima setelah melakukan pembelian (Tjiptono, 2021). Apabila kinerja produk atau jasa sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja yang diterima berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dirasakan terhadap harapannya. Dalam konteks e-commerce, kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang diterima, tetapi juga oleh pengalaman selama proses transaksi, kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan pembayaran, kecepatan pengiriman, serta layanan yang diberikan platform (Kotler & Keller, 2022). Pada aplikasi Shopee, kepuasan konsumen dapat tercermin dari perasaan puas terhadap harga yang ditawarkan, keamanan transaksi yang disediakan, kualitas layanan aplikasi, dan pengalaman berbelanja secara keseluruhan.

b. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut (Tjiptono, 2021) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut:

1) Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Produk yang berkualitas akan memberikan manfaat yang optimal sehingga mampu menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Semakin tinggi kualitas produk yang diterima, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

2) Harga

Harga merupakan salah satu faktor yang paling sering dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen akan merasa puas apabila harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas dan manfaat produk yang diterima. Sebaliknya, apabila harga dianggap terlalu tinggi dibandingkan manfaat yang diperoleh, maka tingkat kepuasan akan menurun.

3) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mencakup kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang cepat, tepat, ramah, dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dan menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

4) Faktor Emosional

Faktor emosional berkaitan dengan perasaan yang muncul setelah konsumen menggunakan suatu produk atau layanan. Perasaan bangga, senang, nyaman,

dan percaya diri dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya, pengalaman negatif dapat menimbulkan ketidakpuasan.

5) Kemudahan Transaksi

Kemudahan transaksi menunjukkan tingkat kemudahan yang dirasakan konsumen dalam mencari produk, melakukan pemesanan, melakukan pembayaran, dan melacak pengiriman barang. Semakin mudah proses transaksi yang dirasakan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen merasa puas terhadap layanan yang diterima.

c. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut (Tjiptono, 2021) kepuasan konsumen dapat diukur melalui beberapa indikator berikut:

1) Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan menunjukkan tingkat kesesuaian antara harapan konsumen sebelum melakukan pembelian dengan kenyataan yang diterima setelah menggunakan produk atau jasa. Apabila produk dan layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas.

2) Minat Menggunakan Kembali

Minat menggunakan kembali merupakan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang atau menggunakan kembali layanan yang sama pada masa mendatang. Adanya minat untuk menggunakan kembali menunjukkan bahwa konsumen memiliki pengalaman yang positif dan merasa puas terhadap produk atau layanan yang diterima.

3) Kesiediaan Merekomendasikan

Kesiediaan merekomendasikan merupakan kemauan konsumen untuk menyarankan penggunaan suatu produk atau layanan kepada orang lain berdasarkan pengalaman yang diperoleh. Konsumen yang merasa puas biasanya akan memberikan rekomendasi positif kepada keluarga, teman, atau kerabat karena merasa bahwa produk atau layanan tersebut layak untuk digunakan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan yang dirasakan konsumen setelah menggunakan suatu produk atau layanan dan membandingkannya dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, harga, pelayanan, faktor emosional, dan kemudahan dalam bertransaksi. Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen dapat dilihat dari kesesuaian harapan, keinginan untuk menggunakan kembali aplikasi Shopee, serta kesiediaan konsumen untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Semakin baik pengalaman yang diperoleh konsumen saat berbelanja, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan.

2. E-Service Quality

a. Definisi E-Service Quality

E-service quality merupakan kemampuan suatu platform digital dalam menyediakan layanan yang efektif, efisien, mudah digunakan, aman, serta mampu memenuhi kebutuhan pengguna selama proses pencarian informasi, pemesanan produk, pembayaran, hingga pelayanan setelah transaksi. Kualitas layanan elektronik yang baik akan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman

sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta mendorong mereka untuk kembali menggunakan platform tersebut (Laudon & Traver, 2022). Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan memberikan pelayanan kepada konsumen. Pada transaksi berbasis e-commerce, seluruh proses pelayanan dilakukan melalui media elektronik tanpa adanya interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, kualitas layanan elektronik (e-service quality) menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu platform e-commerce dalam memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan kepada konsumennya.

(Kotler & Keller, 2022) menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan. Dalam konteks e-commerce, kualitas layanan tersebut diwujudkan melalui sistem elektronik yang mampu memberikan kemudahan akses, kecepatan pelayanan, ketepatan informasi, serta kenyamanan selama proses transaksi berlangsung. Dengan demikian, kualitas layanan elektronik tidak hanya dinilai dari tampilan aplikasi, tetapi juga dari kemampuan sistem dalam memberikan pelayanan yang konsisten dan dapat diandalkan.

b. Faktor-Faktor yang Memengaruhi E-Service Quality

Menurut (Kotler dan Keller, 2022) e-service quality dipengaruhi oleh berbagai faktor berikut:

1) Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan merupakan kemampuan aplikasi untuk digunakan secara sederhana dan mudah dipahami oleh pengguna. Konsumen cenderung merasa nyaman apabila fitur-fitur yang tersedia mudah diakses,

proses pencarian produk berlangsung dengan cepat, serta tahapan transaksi tidak rumit.

2) Keandalan Sistem

Keandalan sistem merupakan kemampuan aplikasi dalam menjalankan seluruh fungsi secara stabil dan konsisten tanpa mengalami gangguan. Sistem yang andal mampu memberikan akses yang cepat, memproses transaksi secara akurat, serta meminimalkan terjadinya kesalahan selama penggunaan aplikasi. Sistem yang stabil akan meningkatkan kepercayaan serta kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan.

3) Kecepatan Respons

Kecepatan respons merupakan kemampuan platform dalam memberikan pelayanan secara cepat terhadap kebutuhan maupun permasalahan yang dihadapi pengguna. Konsumen mengharapkan aplikasi dapat memproses transaksi dengan cepat, memberikan informasi secara real-time, serta menyediakan layanan bantuan yang responsif ketika terjadi kendala.

4) Kualitas Informasi

Kualitas informasi berkaitan dengan kelengkapan, keakuratan, kejelasan, dan kemudahan informasi yang disediakan dalam aplikasi. Informasi mengenai spesifikasi produk, harga, ulasan pelanggan, metode pembayaran, hingga status pengiriman harus disajikan secara jelas agar membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Informasi yang lengkap dan mudah dipahami akan meningkatkan kepercayaan serta kenyamanan pengguna selama berbelanja melalui Shopee.

5) Perlindungan Privasi

Perlindungan privasi merupakan kemampuan platform dalam menjaga keamanan data pribadi pengguna selama proses transaksi berlangsung. Konsumen mengharapkan informasi pribadi, riwayat transaksi, maupun data pembayaran terlindungi dari penyalahgunaan oleh pihak yang tidak berwenang. Semakin baik sistem dalam menjaga kerahasiaan data pengguna, maka semakin tinggi pula kualitas layanan elektronik yang dirasakan oleh konsumen.

c. Indikator E-Service Quality

Menurut (Latifah & Wahyuningsih, 2023) serta (Tiomantara & Suhendry, 2025) e-service quality dapat diukur melalui beberapa indikator berikut:

1) Efisiensi

Efisiensi menunjukkan kemampuan aplikasi dalam memberikan kemudahan kepada pengguna untuk mengakses layanan, mencari informasi, serta menyelesaikan proses transaksi dengan cepat dan mudah. Semakin tinggi tingkat efisiensi yang dirasakan pengguna, maka semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan oleh platform.

2) Pemenuhan Layanan

Pemenuhan layanan dapat dilihat dari kesesuaian produk yang diterima dengan deskripsi, ketepatan waktu proses transaksi, serta kemampuan platform dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Semakin baik pemenuhan layanan yang diberikan, maka semakin tinggi penilaian konsumen terhadap kualitas layanan elektronik.

3) Ketersediaan Sistem

Ketersediaan sistem menunjukkan kemampuan aplikasi untuk tetap beroperasi secara stabil dan dapat digunakan setiap saat tanpa mengalami gangguan. Konsumen mengharapkan aplikasi dapat diakses dengan mudah, tidak sering mengalami error, dan mampu memproses transaksi secara lancar.

4) Privasi

Merupakan kemampuan platform dalam menjaga keamanan data pribadi serta informasi transaksi pengguna. Konsumen menginginkan jaminan bahwa informasi pribadi, data pembayaran, maupun riwayat transaksi tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang. Perlindungan terhadap privasi pengguna menjadi salah satu aspek penting dalam membangun rasa aman dan kepercayaan konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa e-service quality merupakan kemampuan suatu platform e-commerce dalam memberikan layanan elektronik yang efektif, efisien, mudah digunakan, andal, serta mampu memenuhi kebutuhan pengguna selama proses transaksi berlangsung. Kualitas layanan elektronik tidak hanya ditentukan oleh tampilan aplikasi, tetapi juga oleh kemampuan sistem dalam memberikan kemudahan, ketepatan layanan, kestabilan sistem, serta perlindungan terhadap data pribadi pengguna. Dalam penelitian ini, e-service quality diukur melalui efisiensi, pemenuhan layanan, ketersediaan sistem, dan privasi. Keempat indikator tersebut dipilih karena paling relevan untuk menggambarkan kualitas layanan elektronik

pada platform Shopee dan telah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian terbaru mengenai e-commerce.

3. Keamanan Transaksi

a. Definisi Keamanan Transaksi

Keamanan transaksi merupakan aspek penting dalam aktivitas perdagangan elektronik karena berkaitan dengan perlindungan data pribadi, informasi pembayaran, serta berbagai informasi yang diberikan konsumen selama proses transaksi berlangsung. Dalam kegiatan belanja online, konsumen dituntut untuk menyerahkan sejumlah data pribadi kepada platform e-commerce sehingga diperlukan sistem yang mampu menjamin kerahasiaan dan keamanan data tersebut. Adanya jaminan keamanan dapat mengurangi kekhawatiran konsumen terhadap risiko penipuan, pencurian data, maupun penyalahgunaan informasi pribadi yang berpotensi menimbulkan kerugian. Oleh karena itu, keamanan transaksi menjadi salah satu faktor yang mampu meningkatkan rasa aman dan kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian secara online (Rizi et al., 2023)

Keamanan transaksi tidak hanya berkaitan dengan perlindungan data pribadi pengguna, tetapi juga mencakup kemampuan platform dalam mengendalikan, menjaga, dan mengamankan seluruh proses transaksi yang dilakukan oleh konsumen. Sistem keamanan yang baik akan memberikan jaminan bahwa data yang diberikan pengguna tidak akan disalahgunakan oleh pihak lain serta memastikan bahwa setiap transaksi berlangsung secara aman dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam konteks perdagangan elektronik, tingkat keamanan yang tinggi dapat menjadi pertimbangan utama konsumen sebelum

memutuskan untuk melakukan pembelian karena konsumen cenderung memilih platform yang mampu memberikan perlindungan terhadap data dan aktivitas transaksi mereka. Dengan demikian, keamanan transaksi berperan penting dalam membangun kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap suatu platform e-commerce (Nababan et al., 2023)

b. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keamanan Transaksi

Menurut (Laudon & Traver, 2022) keamanan transaksi dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut:

1) Kerahasiaan Data

Kerahasiaan data merupakan kemampuan sistem dalam menjaga informasi pribadi pengguna agar tidak dapat diakses oleh pihak yang tidak berwenang. Dalam transaksi online, pengguna biasanya harus memberikan data pribadi seperti nama, alamat, nomor telepon, alamat email, dan informasi rekening pembayaran. Data tersebut harus dilindungi dengan baik agar tidak disalahgunakan.

2) Integritas Data

Merupakan kemampuan sistem dalam menjaga keakuratan dan keaslian data selama proses transaksi berlangsung. Data yang tersimpan dalam sistem harus tetap utuh, tidak berubah, dan tidak dimanipulasi oleh pihak yang tidak berwenang. Integritas data sangat penting karena berkaitan dengan kepercayaan pengguna terhadap sistem transaksi online.

3) Autentikasi Pengguna

Autentikasi merupakan proses verifikasi identitas pengguna sebelum diberikan akses ke sistem. Shopee menerapkan berbagai metode

autentikasi seperti penggunaan kata sandi, kode OTP (One Time Password), dan verifikasi perangkat. Keberadaan fitur-fitur tersebut memberikan rasa aman kepada pengguna karena dapat mencegah akses ilegal ke akun mereka.

4) Keamanan Teknologi Sistem

Keamanan teknologi sistem berkaitan dengan kemampuan platform dalam melindungi sistem dari berbagai ancaman digital. Dalam lingkungan e-commerce yang semakin berkembang, keamanan teknologi menjadi faktor yang sangat penting. Konsumen akan lebih percaya menggunakan aplikasi Shopee apabila platform tersebut memiliki sistem keamanan yang kuat dan mampu melindungi transaksi dari berbagai ancaman.

5) Perlindungan Konsumen

Merupakan upaya perusahaan untuk menjamin hak-hak konsumen selama proses transaksi berlangsung. Perlindungan ini dapat berupa jaminan pengembalian dana, penyelesaian sengketa, perlindungan terhadap penipuan, dan layanan pengaduan konsumen.

c. Indikator Keamanan Transaksi

Menurut (Park & Hyung-Ryong, 2021) keamanan transaksi dapat diukur melalui beberapa indikator berikut:

1) Keamanan Data Pribadi

Menunjukkan kemampuan sistem dalam melindungi informasi pribadi pengguna seperti nama, alamat, nomor telepon, dan identitas lainnya dari akses atau penyalahgunaan oleh pihak yang tidak berwenang. Semakin

baik perlindungan yang diberikan, semakin tinggi rasa aman yang dirasakan oleh konsumen saat bertransaksi.

2) Keamanan Informasi Pembayaran

Berkaitan dengan kemampuan sistem dalam menjaga data pembayaran yang digunakan konsumen selama proses transaksi berlangsung. Informasi pembayaran yang aman akan mengurangi risiko pencurian data dan kerugian finansial sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform yang digunakan.

3) Kerahasiaan Informasi

Merupakan kemampuan sistem dalam menjaga seluruh informasi yang berkaitan dengan aktivitas dan transaksi pengguna agar tidak diketahui atau dimanfaatkan oleh pihak yang berwenang. Kerahasiaan informasi yang baik akan memberikan perlindungan terhadap privasi pengguna serta meningkatkan rasa aman dalam bertransaksi.

4) Kepercayaan terhadap Sistem Transaksi

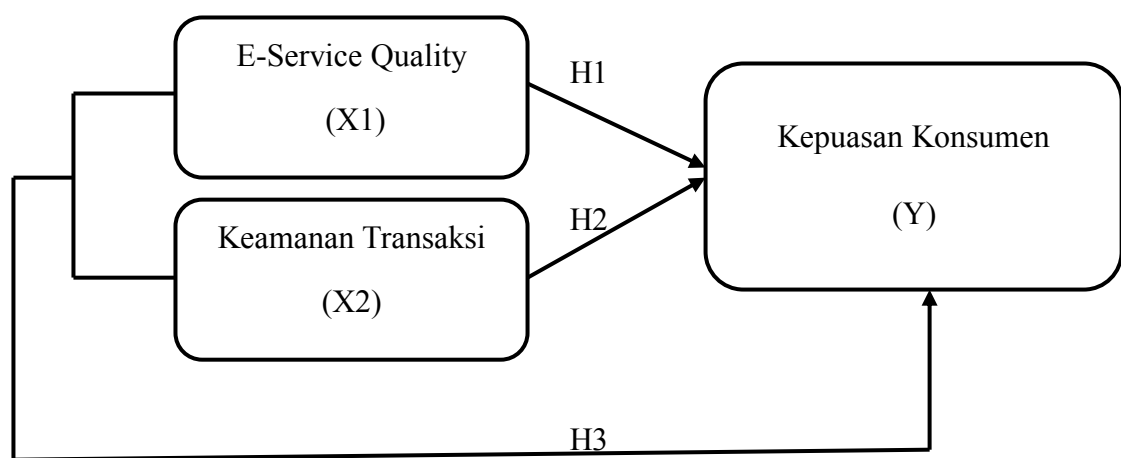
Menunjukkan keyakinan konsumen bahwa sistem yang digunakan mampu menjalankan proses transaksi secara aman, akurat, dan dapat diandalkan. Tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sistem akan membuat konsumen merasa nyaman dan tidak ragu untuk melakukan transaksi secara online.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa keamanan transaksi merupakan salah satu hal penting dalam kegiatan belanja online karena berkaitan dengan perlindungan data pribadi dan keamanan selama proses transaksi berlangsung. Konsumen tentu menginginkan jaminan bahwa data dan informasi yang mereka berikan tidak disalahgunakan oleh pihak lain. Dalam

penelitian ini, keamanan transaksi diukur melalui keamanan data pribadi, keamanan informasi pembayaran, kerahasiaan informasi, dan kepercayaan terhadap sistem transaksi. Apabila konsumen merasa aman saat melakukan transaksi di Shopee, maka mereka akan lebih nyaman dan percaya dalam menggunakan aplikasi tersebut untuk berbelanja.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual yang menunjukkan hubungan antara teori dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting dalam penelitian. Kerangka konseptual disusun berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan sehingga dapat memberikan gambaran mengenai hubungan antar variabel yang akan diteliti. (Sugiyono, 2021).



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru

didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2021)

Sebuah hipotesis adalah pernyataan sementara mengenai hubungan atau pengaruh antar variabel penelitian yang disusun berdasarkan teori dan akan diuji kebenarannya.

Berdasarkan uraian teori dan kerangka berpikir yang telah dijelaskan, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1: E-service quality secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan.
- H2: Keamanan transaksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan.
- H3: E-service quality dan keamanan transaksi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan.