

## Implementation of Strategies in Management of Change To Achieving Quality Levels of Service to Consumers (Case Study on Shopee Application Company)

### Penerapan Strategi dalam Pengelolaan Perubahan Untuk Mencapai Tingkat Kualitas Pelayanan terhadap Konsumen (Studi Kasus Pada Perusahaan Aplikasi Shopee)

Muslimatul Husnah <sup>1)</sup>; Nuri Aslami <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email: <sup>1)</sup> [husnamuslimahtul@gmail.com](mailto:husnamuslimahtul@gmail.com); <sup>2)</sup> [nuriaslami@uinsu.ac.id](mailto:nuriaslami@uinsu.ac.id)

#### How to Cite :

Husnah, M., Aslami, N. (2022). *Implementation of Strategies in Management of Change To Achieving Quality Levels of Service to Consumers (Case Study on Shopee Application Company)*. JURNAL EMBA REVIEW, 2(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emba.v2i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [15 Mei 2022]

Revised [01 Juni 2022]

Accepted [20 Juni 2022]

#### KEYWORDS

*Change Management Strategy,*

*Shopee, Service Quality,*

*Consumer Satisfaction*

*This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license*



#### ABSTRAK

Kesempatan bidang usaha besar semacam pemasaran produk serta penyediaan layanan online serta perkembangan pemasukan buat industri semacam e- retailer paling utama sebab karakternya yang gampang serta interaktif, bayaran yang lebih kecil, serta tingkatan besar kustomisasi serta personalisasi buat klien. Riset ini diarahkan buat menganalisa mutu layanan serta kebahagiaan pelanggan pengguna aplikasi ecommerce Shopee. Tujuan dari riset ini merupakan supaya bisa menganalisa gimana daya, kelemahan, kesempatan serta bahaya dari pemakaian online store shopee. Riset yang dicoba bertabiat Tata cara kualitatif. Ada pula pengumpulan data memakai penyebaran angket. Sehingga hasil riset ini sebenarnya banyak para pelanggan meringik kepada siklus Tingkatan jasa serta kepuasan di aplikasi Shopee baik itu dengan cara langsung serta tidak langsung. Begitu juga yang dikenal melaksanakan pergantian tidaklah sesuatu perihal yang mudah untuk organisasi, sebab seluruh sistem ataupun beberapa sistem yang hendak diganti dengan cara otomatis para anggota organisasi pula pasti wajib menyesuaikan diri pada perihal yang belum pasti diperoleh dengan bagus, oleh sebab itu alam cara pergantian butuh terdapatnya pengurusan yang bagus yang dicoba oleh atasan Aplikasi Shopee, terdapat perihal yang wajib di jalani dengan cara strategi dalam menanggulangi perlawanan dengan baik buat menjaminkannya sesuatu pergantian hendak berjalan dengan baik. Sehingga terdapat banyak yang wajib direncanakan saat sebelum melaksanakan perubahan, buat tingkatkan mutu jasa kepada pelanggan dengan baik lagi.

#### ABSTRACT

*Huge business opportunities such as product sales and online service provision and revenue growth for companies such as e-retailers are primarily due to their easy and interactive nature, lower costs, and high level of customization and personalization for customers. This research is intended to analyze service quality and consumer satisfaction of Shopee e-commerce application users. The purpose of this study is to be able to analyze how the strengths, weaknesses, opportunities and threats of using*

*the shopee online store are. The research conducted is qualitative. The data collection using the distribution of questionnaires. Many consumers complain about the cycle of service and satisfaction levels in the Shopee application, both directly and indirectly. As it is known that making changes is not an easy thing for organizations, because all systems or some systems that will be changed automatically, members of the organization must also adapt to things that are not necessarily well received, therefore in the process of change there needs to be good management. whether done by the leader of the Shopee Application, there are things that must be done strategically in overcoming resistance well to ensure that a change will go well. So there is a lot that must be prepared before making changes, to improve the quality of service to consumers again.*

## PENDAHULUAN

Bersamaan kemajuan era, style hidup warga terus menjadi serba praktis disebabkan kebanyakan warga mempunyai pergerakan yang besar dalam aktivitas tiap harinya. Alhasil warga kerap kali mencari suatu yang efisien serta serba praktis dalam mememenuhi keinginan tiap hari. Perihal itu diiringi dengan terdapatnya bermacam penyediaan layanan yang menolong warga. Tiap industri menawarkan kelebihan pada pelanggan biar bisa lalu bertahan. Terus menjadi menarik, gampang, serta profitabel sistem pemasaran untuk pelanggan, sehingga profit untuk industri terus menjadi besar.

Shopee ialah salah satu marketplace terbanyak yang mendiami posisi ke 5 terbanyak di Indonesia. Shopee terletak dibawah lindungan Garena( berganti julukan jadi SEA Group) ialah industri Internet di Asia Tenggara. Dengan Melaksanakan bentuk bidang usaha C2C( customer to customer) mobile marketplace serta mall online yang diusung Shopee, membolehkan kehadirannya bisa dengan gampang diperoleh oleh bermacam susunan warga, tercantum di Indonesia. Shopee didalam menggapai visi serta tujuan membutuhkan terdapatnya strategi- strategi buat tingkatkan mutu jasa lebih bagus.( Suswanto& Setiawati, 2020)

Dalam kondisi pergantian jadi sesuatu peranan untuk badan, memandang kemajuan era yang terus menjadi besar menuntut organisasi wajib bisa menyamakan cocok dengan keinginan warga. Desakan itu bawa sesuatu pergantian yang lama jadi kebijaksanaan terkini yang lebih bagus dari yang lebih dahulu. Begitu juga yang dikenal melaksanakan pergantian tidaklah sesuatu perihal yang gampang untuk badan, sebab seluruh sistem ataupun beberapa sistem yang hendak diganti dengan cara otomatis para badan badan pula pasti wajib menyesuaikan diri pada perihal yang belum pasti diperoleh dengan bagus, oleh sebab itu alam cara pergantian butuh terdapatnya pengurusan yang bagus. Sehingga karena itu yang butuh di cermati bermacam perihal dalam melakukan pergantian, pastinya diperlukan aplikasi yang strategi dalam kondisi manajemen strategi buat mengarah pergantian yang maksimum tanpa terdapatnya hambatan untuk badan.( Nurfadilah, 2021)

## LANDASAN TEORI

### Strategi Pengelolaan Perubahan

Syafarudin( 2015: 83) Penerapan strategi ialah sesuatu cara penting untuk penuhi kemauan klien serta mengelakkan kekalahan badan buat menggapai atlamatnya. Edaris Abu manajemen pembelajaran, melaporkan pada peringkan ini kebiasaannya sesebuah organisasikan hendak mengubah suatu ayal aksi yang mengandungi tahap mendetail serta dipantau buat membenarkan adil spesial berhasil Berikutnya, adil serta strategi yang sudah di bongkah butuh disebar dengan

cara sistematis pada seluruh masyarakat badan disetiap bagian, kedudukan serta bagian. Upaya itu untuk membenarkan mereka nyata serta berusaha buat berkawan adil serta strategi yang diresmikan. Disamping itu, wawasan serta keahlian buat melakukan sebarang aksi amat dibutuhkan oleh masyarakat badan lewat program pembangunan profesionalisme karyawan dengan cara berterusan.

Amirudin Siahan serta Wahyuli Lius Zen( 2012: 44) pergantian merupakan pandangan serta aksi yang bisa dilakukansetelah melangsungkan analisis yang pokok serta mendalam kepada kejadian yang terjalin serta menghubungkannya lewat perkiraan kepada apa yang hendak terjalin pada waktu depan. Orang yang melaksanakan pergantian merupakan banyak orang yang mempunyai kapasiti menang dalam intelek alhasil sanggup berfiki dengan cara abstrak namun bisa diwujudkan dalam wujud visi yang realistik alhasil jadi konkrit.

## Shopee

Shopee pula dilengkapi dengan fitur live chat, memberi( sosial sharing), serta hashtag buat mempermudah komunikasi antara pedagang serta konsumen serta mempermudah dalam mencari produk yang di idamkan pelanggan. Aplikasi Shopee bisa diunduh dengan free di App Store serta Google Play Store. Mutu layanan dalam kondisi e- commerce terus menjadi diketahui selaku metode yang efisien buat memperoleh serta menjaga kelebihan bersaing( Zeithaml, 2002) suatu rumor penting buat keberhasilan waktu jauh( Parasuraman, 2005), serta determinan penting kebahagiaan klien serta kepatuhan( Gummerus, 2004; Ribbink, 2004).

Pada biasanya jasa yang bertingkat besar hendak menciptakan kebahagiaan yang besar dan pembelian balik yang lebih kerap. Tujur mutu memiliki banyak arti serta arti, orang yang berlainan hendak mengartikannya dengan cara berbeda namun dari sebagian arti yang bisa kita jumpai mempunyai sebagian kecocokan meski cuma metode penyampaiannya saja umumnya ada pada bagian selaku selanjutnya:

1. Mutu mencakup upaya penuhi ataupun melebihi impian klien.
2. Mutu melingkupi produk, pelayanan, orang, cara serta lingkungan
3. Mutu ialah situasi yang senantiasa berubah.

## METODE PENELITIAN

Ada pula subjek riset ini merupakan web berbelanja ialah online store shopee. Riset ini memakai pendekatan deskriptif kualitatif. Ada pula pengumpulan informasi memakai penyebaran angket, dan memakai dokumen- dokumen pendukung, berbentuk web dari sana Shoope( <https://seller.shopee.co.id/edu/article/5845>). Riset deksriptif ialah riset yang bermaksud buat memperoleh cerminan ataupun cerita mengenai gimana mutu jasa yang diserahkan oleh online store shopee. Sebaliknya analisa kualitatif bagi( Sugiyono, 2005) ialah riset yang dipakai buat mempelajari pada situasi subjek alami, dimana periset ialah instrument kunci. Sebaliknya bagi( Moleong, 2002) analisa kualitatif selaku metode peneltian yang menciptakan informasi deskriptif yang dianalisa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi Pengelolaan Dalam Perubahan

Wibowo( 2012: 103) perubahan berarti kalau kita wajib mengganti dalam melakukan ataupun berfikir mengenai suatu yang bisa jadi mahal serta susah. Pergantian telah ialah kejadian garis besar yang tidak dapat dibendung. Mayoritas badan yang sukses merupakan mereka yang mementingkan pada pengerjakann apa saja yang menyambut pergantian situasi. Badan yang

sukse dalam memperoleh, menancapkan serta mempraktikkan wawasan yang dipergunakan buat menolong menyambut pergantian.

Strategi kerap kali dikira selaku langkah yang sangat kompleks dalam manajemen penting. Aplikasi strategi menginginkan patuh individu, komitmen, dedikasi. Kegiatan aplikasi strategi pengaruhi seluruh pegawai serta administrator. pergantian merupakan pandangan serta aksi yang bisa dilakukansetelah melangsungkan analisis yang pokok serta mendalam kepada kejadian yang terjalin serta menghubungkannya lewat perkiraan kepada apa yang hendak terjalin pada waktu depan. Orang yang melaksanakan pergantian merupakan banyak orang yang mempunyai kapasitas menang dalam intelek alhasil sanggup berfiki dengan cara abstrak namun bisa diwujudkan dalam wujud visi yang realistis alhasil jadi konkrit. Kesuksesan pergantian diawali dengan mengganti perseorangan lebih dulu, setelah itu pergantian hendak menjajaki pendekatan lindividual out dengan cara penting mengganti badan dengan terlebih dulu mengganti perseorangan.

Dalam kondisi pergantian jadi sesuatu peranan untuk organisasi, memandang kemajuan era yang terus menjadi besar menuntut oganisasi wajib bisa menyamakan cocok dengan keinginan warga. Desakan itu bawa sesuatu pergantian yang lama jadi kebijaksanaan terkini yang lebih bagus dari yang lebih dahulu. Begitu juga yang dikenal melaksanakan pergantian tidaklah sesuatu perihal yang gampang untuk badan, sebab seluruh sistem ataupun beberapa sistem yang hendak diganti dengan cara otomatis para badan badan pula pasti wajib menyesuaikan diri pada perihal yang belum pasti diperoleh dengan bagus, oleh sebab itu alam cara pergantian butuh terdapatnya pengurusan yang bagus yang dicoba oleh atasan, terdapat perihal yang wajib di jalani dengan cara strategi dalam menanggulangi perlawanan dengan bagus buat menjaminnya sesuatu pergantian hendak berjalan dengan bagus. Sehingga terdapat banyak yang wajib direncanakan saat sebelum melaksanakan pergantian.( Asnawi& Setyaningsih, 2021)

## Shopee

Shopee ialah salah satu marketplace terbanyak yang mendiami posisi ke 5 terbanyak di Indonesia. Shopee terletak dibawah lindungan Garena( berganti julukan jadi SEA Group) ialah industri Internet di Asia Tenggara. Dengan Melaksanakan bentuk bidang usaha C2C( customer to customer) mobile marketplace serta mall online yang diusung Shopee, membolehkan kehadirannya bisa dengan gampang diperoleh oleh bermacam susunan warga, tercantum di Indonesia.

Menawarkan one stop mobile experience, Shopee sediakan fitur live chat yang mempermudah para pedagang serta konsumen buat silih berhubungan dengan gampang serta kilat. Shopee Indonesia selaku alat jual beli daring yang sediakan bermacam produk buat mendukung kegiatan tiap hari yang melingkupi mode, gadget, perlengkapan kosmetik, perlengkapan elektronik, kegemaran serta koleksi, fotografi, perkakas berolahraga, otomotif, vit serta komplemen, perkakas rumah, santapan serta minuman, cenderamata serta acara, sampai voucher berbelanja. Shopee didalam menggapai visi serta tujuan membutuhkan terdapatnya strategi- strategi buat tingkatkan mutu jasa.

Di Indonesia, berbelanja dengan cara online sudah jadi opsi banyak pihak buat mendapatkan benda. Shopee ialah aplikasi mobile marketplace awal untuk konsumen-kekonsumen( C2C) yang nyaman, mengasyikkan, gampang, serta efisien dalam jual beli. Shopee selaku salah satu web yang media jual beli dengan cara online yang sudah melaksanakan pergantian buat menarik atensi klien supaya lebih banyak berbisnis lewat web itu.( Devita et al., 2021)

## Kualitas Pelayanan

Bagi W. Edward Deming kualitas ialah apa pula yang jadi kemauan dan keinginan klien yang lebih fokus pada kemampuan pasar, walhasil lebih menekankan kadar yang dapat dipredeksi dari kecocokan dan ketergantungan pada biaya yang kecil sesuai pasar. Kualitas yakni suatu suasana dimana amat pengaruhi dengan produk, jasa, orang, metode, dan zona yang memenuhi atau

melewati angan- angan( Tjiptono, 2001). Kualitas kerap kali diartikan berlaku seperti semua sesuatu yang menyejukkan konsumen atau kesesuaian pada persyaratan atau kemauan. Penilaian baik atau jeleknya kualitas jasa amat berkaitan dengan rasa puas ataupun tidak puas pelanggan barang atau jasa itu. Antara kualitas jasa dan keceriaan amat berkaitan bersahabat meski keduanya mempunyai pengertian dan konsep yang berbeda.

Mengatakan kualitas pelayanan memiliki akibat lebih kuat dari website kualitas rancangan pada agama dan keceriaan klien, konsumen yang puas yang ingin untuk menghadiri website berulang kali pada durasi depan dapat jadi akar keunggulan bersaing. Berasal pada maksud ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan pabrik memenuhi kemauan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Dengan tutur lain, pandangan berarti yang mempengaruhi kualitas layanan ialah layanan yang diharapkan konsumen( expected service) dan persepsi layanan( perceived service).( Lonardi et al., 2021)

## **Kepuasan Kosumen**

Kebahagiaan klien untuk Kotler( 1997) ialah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari kemiripan antara kesannya pada hasil suatu produk dengan angan- angan. Angan- angan konsumen dipercayai mempunyai peran yang besar dalam membenarkan suatu keceriaan. Salah satu pandangan dalam memenangkan pertandingan dapat dicermati dari banyaknya konsumen yang memamkai produk atau jasa yang ditawarkan oleh pabrik itu. Untuk Buttle( 2007), naiknya kadar keceriaan akan tingkatkan pula kecendrungan klien untuk balik membeli produk yang ditawarkan pabrik.( Billyarta&amp; Sudarusman, 2021)

Kebahagiaan merujuk pada pembelian berulang dari produk atau layanan dari merek yang seragam. Oliver( 1997) mendefinisikan kepuasan konsumen ialah kala konsumen berkomitmen untuk membeli balik kemudian mendobrak dan tidak berubah- ganti di masa depan dengan merek yang seragam. Kepuasan konsumen ialah keceriaan ke tujuan seseorang atau perjalan balik dan merekomendasikan pada orang lain melalui mulut ke mulut( Kuenzel dan Katsaris, 2009). Kepuasan konsumen dan agama konsumen ialah beberapa pandangan yang dapat menciptakan loyalitas konsumen yang akan memberikan 21 kesertaan pada pembangunan jalinan durasi jauh anantara konsumen. Apabila klien telah merasa tercurahkan, alhasil akan terciptalah sesuatu jalinan kerjasama yang baik antara klien dengan pabrik.( Margaretha, 2017)

## **Kebijakan Shopee Dalam Strategi Perubahan Perubahan Kebijakan - Q1 2021**

Buat membenarkan kalau Shopee senantiasa jadi program yang bisa diharapkan Konsumen serta mendesak Pedagang buat tingkatkan standar jasa, Shopee sudah menginovasi Sistem Nilai Denda. Shopee hendak menginovasi kebijaksanaan Tingkatan Antaran Tidak Teratasi serta meningkatkan pelanggaran terkini di dalam Sistem Nilai Denda. Pedagang yang memusatkan Konsumen buat melaksanakan bisnis di luar Shopee hendak memperoleh 2 nilai denda.( Aridi& Agustina, 2020)



Performa	Perubahan Kebijakan Tingkat Pesanan Tidak terselesaikan	
Tingkat Pesanan Tidak Terselesaikan	Perhitungan tingkat pesanan tidak terselesaikan akan dimulai sejak Penjual memiliki 1 pesanan yang tidak terselesaikan.	

  

Performa	Pelanggaran Baru	Poin penalti dikeluarkan per minggu
Penyalahgunaan	Isi paket kosong - Pelanggaran pertama	3 poin
	Isi paket kosong - Pelanggaran kedua	6 poin
	Isi paket kosong - Pelanggaran ketiga dan seterusnya	Pemblokiran Akun
	Alamat pengembalian palsu	2 poin
Berjualan di Media Shopee	Konten yang tidak pantas (termasuk konten eksplisit/sensitif, mengandung pelecehan terhadap orang lain, atau promosi barang terlarang) di Shopee Feed dan/atau Shopee LIVE	3 poin
	Melakukan pelanggaran Shopee Feed dan/atau Shopee LIVE secara berulang	Pemblokiran Akun
Transaksi di Luar Shopee	Mencantumkan nama, logo, atau <i>link</i> situs/aplikasi belanja lain di luar Shopee serta kontak pribadi (no. handphone, no. WhatsApp, atau media sosial lain)	2 poin

### Tingkat Pesanan Tidak Terselesaikan

Pesanan Tidak Teratasi bisa membuat Konsumen menjauhi membeli- beli dari gerai Kamu lagi dan bisa mempengaruhi pemasaran Kamu dengan cara waktu jauh. Per 8 Februari 2021, buat mendesak seluruh Pedagang supaya lalu mempunyai tingkatan penanganan pesanan yang baik, saat ini kalkulasi tingkatan antaran tidak teratasi hendak diawali sehabis Pedagang mempunyai 1 antaran yang tidak terakbul. Lebih dahulu, kalkulasi terkini hendak diawali semenjak Pedagang mempunyai 2 antaran yang tidak teratasi.

### Kebijakan Penipuan

Membuat keyakinan Konsumen merupakan perihal yang berarti buat tingkatkan pemasaran. Pedagang yang mengirimkan paket kosong ataupun memakai tujuan pengembalian ilegal bisa kurangi keyakinan itu, dan bisa mempengaruhi nama baik gerai dengan cara waktu jauh.



Dengan begitu, kebijaksanaan mengenai Pembohongan di Shopee saat ini melingkupi pelanggaran yang diakibatkan sebab mengirimkan paket kosong ataupun tidak komplit serta memasukkan tujuan pengembalian yang ilegal.

## Kebijakan Berjualan di Media Shopee

Buat membenarkan kalau Shopee Feed serta Shopee LIVE senantiasa jadi area yang ramah serta nyaman untuk Konsumen serta Pedagang, sehingga konten yang tidak layak hendak diserahkan nilai denda. Perihal ini tercantum konten akurat atau sensitif\*, memiliki pelecehan kepada orang lain, ataupun advertensi benda ilegal. (Stella Trixie Jane, 2008)



\*Konten akurat atau sensitif merujuk pada berikut ini:

- Advertensi konten pornografi- Segala wujud pornografi ataupun konten akurat yang kelewatan tercantum serta tidak terbatas pada: data yang melukiskan aksi intim, lukisan bertabiat amoral, bacaan yang menyiratkan ataupun mengiklankan erotisme.
- Data yang mengakibatkan dendam, kegelisahan, serta atau ataupun diskriminasi- Informasi yang bisa mematikan keamanan nasional serta social, berlawanan dengan hukum serta peraturan dault yang menata setempat.
- Pelecehan serta cyberbullying- Tindakan yang mengecam, mengintimidasi, membuat takut, ataupun membuat seorang khawatir hendak keselamatannya. Ini pula tercantum membongkar data individu seorang semacam tujuan ataupun perinci kontak. (Meilina Kusumawardani, 1 Isdiyana Kusuma Ayu, n. d.)

## Kebijakan Transaksi di Luar Shopee

Buat melindungi keyakinan Konsumen, tingkatkan keamanan informasi Kamu selaku Pedagang, serta menjauhi penyalahgunaan informasi oleh pihak- pihak yang tidak bertanggung jawab, Shopee hendak membagikan 2 nilai denda bila Pedagang ditemukan memusatkan Konsumen buat melaksanakan bisnis pada aplikasi atau web lain di luar Shopee.

Pedagang dilarang:

Memuat nama, logo, ataupun link web atau aplikasi berbelanja tidak hanya Shopee dan kontak individu( nomor. hp, nomor. WhatsApp, ataupun alat social lain) pada:

- Cerita ataupun lukisan di laman toko

- b. Cerita, julukan, ataupun gambar produk
- d. Konten Shopee Feed
- e. Konten Shopee LIVE

Memusatkan Konsumen buat berbisnis di luar Shopee lewat chat.( Stella Trixie Jane, 2008).

Bagi Edwin Japarianto serta Stephanie Adelia, dalam kepala karangan riset nya yang bertajuk Akibat Bentuk Website serta Harga kepada Atensi Beli Dengan Keyakinan Selaku Intervening Variable Pada E- Commerce Shopee, kalau Harga pula memastikan apakah pelanggan hendak jadi mempunyai atensi beli di sesuatu e- commerce. Unsur- unsur berarti dalam harga merupakan bagian harga, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan mutu butuh dicermati oleh e-commerce. Tidak hanya itu terdapat aspek berarti lain dalam membeli- beli online yang berawal dari internal tiap orang, ialah keyakinan.

Sebaliknya dari riset dari Ricky Andi Kurniawan, Mikhael Chendra, Kelvin, Kevin Anderson, Ajaran Yudianto, yang bertajuk Analisa faktor- faktor yang mempengaruhi kepada atensi pemakaian e- commerce: Riset permasalahan di Shopee Indonesia, sebenarnya keyakinan dalam melaksanakan bisnis serta sikap dalam berbisnis bisa pengaruhi dalam atensi pemakaian aplikasi Shopee. Riset ini melaporkan kalau klien pula hendak memikirkan keyakinan serta sikap selaku aspek yang berarti dalam pemakaian Shopee. Klien hendak memikirkan buat memakai ataupun berbisnis di Shopee bila banyak yang menyakini serta aman. Tidak hanya itu sikap yang bagus pula hendak menghasilkan keyakinan klien yang membuat para klien merasa nyaman dalam memakai ataupun berbisnis di Shopee.

Dalam perihal itu dari kedua riset terdahulu itu di benarkan oleh riset dari Rima Dwi Oktiana, yang bertajuk Analisa Kebahagiaan Klien Sehabis Melaksanakan Pembelian Dengan cara Online, sebenarnya Shopee merupakan e- commerce( jual beli online) berplatform aplikasi mobile, yang lagi bertumbuh di Indonesia. Aspek determinan kebahagiaan klien antara lain merupakan mutu jasa, mutu produk, serta aspek penuh emosi. Tujuan riset ini buat mengenali terdapatnya akibat mutu jasa, mutu produk, serta aspek penuh emosi mempengaruhi kepada kebahagiaan klien pada pelanggan Shopee.

Sehingga dari karena itu periset memandang kalau banyak nya kelalaian dalam jasa aplikasi shopee, semacam banyak nya pembohongan, pergantian benda serta yang lain. Alhasil pihak shopee sudah membuat suatu pergantian serta kebijaksanaan untuk melindungi keyakinan para pihak konsumen.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari riset ini bisa disimpulkan kalau sesuatu aplikasi strategi pengurusan pergantian pada Aplikasi Shopee ini, supaya tingkatkan mutu jasa serta kebahagiaan pelanggan, yang dimana nyaris datar seluruh pihak pelanggan mempunyai erang kesah nya sendiri dalam melaksanakan perbelanjaan online ini, serta banyak kendala- kendala yang terjalin alhasil timbullah pihak Shopee yang membuat sebagian kebijaksanaan selaku sesuatu strategi nya buat mengalami tiap halangan serta bahaya, untuk kenyamanan para pelanggan serta mutu pelayanannya di setelah itu hari.



## Saran

Para klien sepatutnya lebih bijaksana dalam melaksanakan bisnis ataupun juga melaksanakan perbelanjaan dari web online, yang dimana lebih memandang, mengamati buat tiap produk yang diseleksi, supaya tidak terjalin kehilangan dampingi sesama. Sehingga karena seperti itu pihak Shopee membuat sesuatu kebijaksanaan, yang bisa jadi saja strategi itu bisa membuat pada klien lebih merasakan mutu jasa yang baik, dan kebahagiaan dalam melaksanakan bisnis serta pembelanjaan dari web online spesial nya pada Aplikasi Shopee.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aridi, K. A., & Agustina, Y. (2020). Akibat Kedaulatan Panitia Audit, Audit Tenure Serta Nama baik Pengaudit kepada Mutu Audit Pada Industri Zona Perdagangan Asongan Yang Tertera Di Pasar uang Dampak Indonesia( Bei) Tahun 2011- 2018. *Ekonomi & Bidang usaha*, 18( 2), 109–118. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2491>
- Asnawi, N., & Setyaningsih, N. D. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI Bidang usaha ONLINE SHOP“ SHOPEE” DALAM Tingkatkan Pemasaran. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 56( 2), 65–82. <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.56.2.7>
- Ayu Sulastri, Meter. Rifa' i. 2019. SRATEGI Atasan DALAM Pengurusan Pergantian Badan. *Harian Manajemen Pembelajaran Islam Daya* muat 3 No 1. Januari– Juni 2019. Laman: 19– 38. ISSN. 2615- 1499. Website. <http://harian.uinsu.ac.id/index.php/benchmarking>.
- Billyarta, G. W., & Sudarusman, E. (2021). Akibat Mutu Layanan Elektronik( E- Servqual) kepada Kebahagiaan Pelanggan Pada Marketplace Shopee Di Sleman Diy. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 18( 1), 41–62.
- Devita, M., Nawawi, Z. M., & Aslami, N. (2021). SHOPEE' S E- COMMERCE MARKETING STRATEGY IN INTERNATIONAL BUSINESS Mela. 27–31.
- Fika Ayu Widyanita, 2018. Analisa Akibat Mutu Jasa E- COMMERCE SHOPEE kepada Kebahagiaan Pelanggan SHOPEE INDONESIA PADA MAHASISWA FE UII Konsumen SHOPEE, Skripsi. Yogyakarta: Manajemen, FAKULTAS EKONOMI, UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
- Lonardi, S., Lan, W. P., Hutabarat, F. A. M., Nugroho, N., & Supriyanto, S. (2021). Andil Mutu Jasa serta Harga kepada Kebahagiaan Pelanggan Konsumen E- commerce Shopee Di Politeknik Cendana. *Journal of Business and Economics Research( JBE)*, 2( 3), 80–85. <https://doi.org/10.47065/jbe.v2i3.955>
- Margaretha, F. (2017). Analisa Ikatan Antara Corak Dengan Tingkatan Kebahagiaan Konsumen Aplikasi Shopee Selaku Alat Membeli- beli Online Pada Shopeeholics Di Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5( 4), 26–40. <http://m.facebook.com/pg/ShopeeID>,
- Meilina Kusumawardani, 1 Isdiyana Bunga Cantik, 2 Benny K. Heriawanto. ( n. d.). Proteksi HUKUM PIHAK SHOPEE kepada Pelanggan YANG Hadapi Kehilangan. *Gairah*, 59( 193), 4212–4227.
- Mujiyana, Ingge Elissa. 2013. Analisisfaktor- faktor yang pengaruhi ketetapan pembelian melalui internet pada gerai online. *Harian Teknologi Data*. Vol VIII. Nomor 3.
- Mutiara Lusiana Annisa, 2021. Strategi Kenaikan Mutu Jasa Berplatform SWOT pada Online Store Shopee. *Harian Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 4 Nomor 1, Januari 2021, 12. E- ISSN: 2599- 3410 P- ISSN: 2614- 3259 DOI: <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.3>
- Nurfadilah, S. D. (2021). Analisa Aspek Pergantian Sikap Pelanggan E- Commerce Pada Era Endemi Covid- 19( Riset pada Pelanggan Shopee di Kota Sukabumi) *Analysis Of Changes in E- Commerce Consumer Behavior During The Coronavirus Pandemic( Study on Shopee Consumer in Sukabumi)*. *International Journal Administration, Business and Organization( IJABO)*, 2( 1), 16–23. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Shopee. 2022. Pusat Bimbingan Pedagang. 16 April 2022. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/5845>

- Stella Trixie Jane, A. M. T. A.( 2008). TANGGUNG JAWAB MERCHANT SHOPEE DALAM Bisnis COD Bagi HUKUM Proteksi Pelanggan. *Pembaruan Hukum Trisakti*, 4( 1), 8–30.
- Suswanto, P.,& Setiawati, S. D.( 2020). Strategi Komunikasi Penjualan Shopee Dalam Membuat Positioning Di Tengah Endemi Covid- 19 Di Indonesia. *Harian Ilmu Komunikasi*, 3( 2), 16–29. [http: atau atau 52. 221. 78. 156 atau index. php atau linimasa/ article/ view/ 2754](http://atau.atau.ac.id/index.php/linimasa/article/view/2754)