

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi E- Commerce Shopee Di Kota Solo Raya

¹ Dewi Wulandari , ² Hanifah Dian Hastuti , ³ Rayhan Gunaningrat

¹ S1 Manajemen, Universitas Duta Bangsa Surakarta, ² S1 Manajemen, Universitas Duta Bangsa Surakarta , ³ Universitas Duta Bangsa Surakarta

Email: wulandaridewi781@gmail.com , hanifahdian55@gmail.com , rayhan.gunaningrat@udb.ac.id

Abstract . *This research was aimed at determining the effect of service quality and consumer satisfaction on the Shopee e-commerce application in the city of Solo Raya. The sample in this research is people who have made online purchases via the Shopee e-commerce application. In this research, data was collected by distributing questionnaires online to 100 respondents, all of whom were residents of Solo Raaya City. The variables used in this research are the service quality variable as the independent variable (X) and Customer Satisfaction as the dependent variable (Y). The analysis in this research is data instrument testing (validity test and reliability test), classical assumption test (normality test and heteroscedasticity test), hypothesis test (simple regression analysis, f test, and partial test (t test)). The results of the tests that have been carried out are that Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction for users of the Shopee e-commerce application.*

Keywords: *Service Quality, Consumer Satisfaction*

Abstrak . Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen aplikasi e-commerce Shopee di Kota Solo Raya. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian online melalui aplikasi e-commerce Shopee. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menyebar kuesioner secara online ke 100 responden yang semuanya merupakan masyarakat Kota Solo Raya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X) dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel terikat (Y). Analisis dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen data (Uji validitas dan Uji reliabilitas), Uji asumsi klasik (uji normalitas dan uji heteroskedastisitas) Uji hipotesis (analisis regresi sederhana , uji f, dan uji parsial (Uji t)). Hasil dari uji yang telah dilakukan adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna aplikasi e-commerce Shopee.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Perdagangan online, khususnya e-commerce di Indonesia, dipengaruhi oleh semakin pesatnya kemajuan teknologi. Terdapat 266 juta orang yang tinggal di Indonesia pada tahun 2019, dengan sekitar 196,7 juta orang menggunakan internet, jumlah ini meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 8,9% atau 25,5 juta . gaya hidup masyarakat pun berubah, masyarakat menjadi lebih menyukai suatu hal yang lebih praktis dan mudah yaitu salah satunya adalah dengan belanja online. Hanya bermodalkan smartphone, pelanggan dapat dengan mudah membeli produk yang diinginkannya. Namun tentunya melakukan belanja online tidak serta merta mulus mulus saja dilakukan, karena disamping kemudahan yang ditawarkan tentunya memiliki berbagai kelemahan juga. jumlah pengguna Shopee di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 93 juta pengguna, ini membuat Shopee menjadi e commerce dengan pengguna terbanyak di Indonesia pada tahun 2020, menggeser Tokopedia yang berada pada peringkat 1 pada 2019 lalu. Perusahaan harus melakukan aktivitas yang memuaskan konsumen karena hal itu akan menghasilkan keuntungan finansial yang besar bagi perusahaan. Selain harga yang kompetitif dan antarmuka yang ramah pengguna, Shopee menyediakan layanan pelanggan

Received: November 21, 2023; Accepted: Januari 15, 2023; Published: Januari 31, 2024

* Dewi Wulandari , wulandaridewi781@gmail.com

terbaik. Pelanggan memberi nilai tinggi pada merek dan pengecer online yang secara konsisten memberikan layanan berkualitas tinggi karena kualitas adalah konsep tidak berwujud yang dapat mereka sentuh dan rasakan sehingga akan puas dengan layanan yang diterima. Tingkat kepuasan pelanggan berkorelasi langsung dengan kualitas layanan yang diterima konsumen. Tentunya ini bukan hanya satu-satunya variabel yang membuat konsumen merasa puas. Masih ada variabel harga, citra merek, brand image dan lain sebagainya yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen, tetapi variabel kualitas pelayanan juga merupakan salah satunya. Pelayanan yang diberikan oleh E Commerce Shopee ini adalah dengan melalui aplikasi mereka yaitu Shopee dan jika ada keluhan atau pertanyaan bisa menghubungi ke customer service mereka, maka pertanyaan atau keluhan tersebut akan langsung direspon oleh pihak Shopee.

METODE

Pada penelitian ini menggunakan Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif.

Penelitian ini dilakukan oleh mahasiswa Universitas Duta Bangsa dengan responden masyarakat di Kota Solo Raya yang pernah menggunakan aplikasi shopee untuk melakukan belanja online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah aplikasi belanja online e-commerce shopee. Dengan kemajuan teknologi seperti saat ini memudahkan masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya salah satunya transaksi jual beli dengan media online. E-commerce banyak dipilih masyarakat di Indonesia karena cost yang rendah, dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun dan juga mudah digunakan, salah satunya aplikasi belanja online shopee. Shopee adalah platform perdagangan elektronik yang berkantor pusat di Singapura di bawah SEA Group, yang didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Di Indonesia sendiri shopee mulai beroperasi pada tahun 2015 kuartal akhir, lebih tepatnya pada bulan Desember. Jika dibandingkan dengan situs marketplace lainnya shopee termasuk yang termuda dan minim pelanggan. Namun dengan promosi yang gencar e-commerce ini mampu berdiri sejajar dengan pesaing-pesaing terdahulunya. Promosi seperti iklan pada media televisi menjadi salah satu hal nyata pergerakan gencar yang dilakukan mengejar ketinggalannya.

Identitas Responden berdasarkan usia :

No	Usia	Jumlah
1.	17 - 20	30%
2.	20 - 25	63%
3.	25 - 30	7%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini dengan usia 17-20 tahun dengan persentase 30%, usia 20-25 tahun dengan persentase 63%, usia 25-30 tahun dengan persentase 7%.

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin :

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Laki -Laki	21%
2.	Perempuan	79%

Berdasarkan tabel jenis kelamin banyaknya responden laki-laki dengan presentase 21% dan perempuan dengan persentase 79%.

Identitas responden berdasarkan asal kota :

No	Asal Kota	Jumlah
1.	Sukoharjo	32%
2.	Karanganyar	15%
3.	Surakarta	23%
4.	Sragen	7%
5.	Wonogiri	6%
6.	Klaten	7%
7.	Boyolali	10%

Berdasarkan tabel domisili Kabupaten dengan persentase Sukoharjo 32%, Kabupaten dengan persentase Karanganyar 15%, Surakarta dengan persentase 23%, Sragen dengan persentase 7%, Wonogiri dengan persentase 6%, Klaten dengan persentase 7%, dan Boyolali dengan persentase 10%.

Karakteristik responden terakhir pembelian :

No	Transaksi Pembelian	Jumlah
1.	Kurang dari 1 bulan	71%
2.	1 – 3 bulan	24%
3.	Lebih dari 3 bulan	5%

Berdasarkan tabel transaksi terakhir pembelian yang kurang dari 1 bulan dengan persentase 71%, terakhir transaksi pembelian 1 – 3 bulan dengan persentase 24%, dan terakhir transaksi pembelian lebih dari 3 bulan dengan persentase 5%.

Hasil Analisis Data**1. Uji Instrumen Data****a. Uji Validitas****Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Independen (X)**

Variabel	R Tabel	R Hitung	Sig	Keterangan
X1.1	0,256	0,971	,000	VALID
X1.2	0,256	0,971	,000	VALID

X1.3	0,256	0,967	,000	VALID
X1.4	0,256	0,978	,000	VALID
X1.5	0,256	0,315	,000	VALID

Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Dependen (Y)

Variabel	R Tabel	R Hitung	Sig	Keterangan
Y1.1	0,256	0,647	,000	VALID
Y1.2	0,256	0,584	,000	VALID
Y1.3	0,256	0,368	,000	VALID
Y1.4	0,256	0,592	,000	VALID
Y1.5	0,256	0,457	,000	VALID

Dari tabel hasil uji validitas variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dikatakan valid atau sah. Suatu data kuesioner dikatakan valid atau sah, jika setiap butir pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu hal yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Data dikatakan reliabel atau valid jika R hitung > R tabel.

b. Uji Reliabilitas

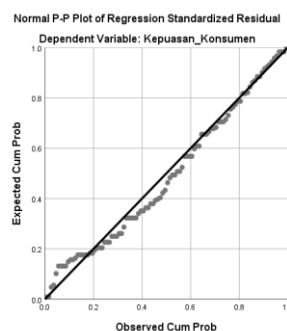
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.919	5

Uji Reliabilitas dapat dinyatakan reliabel jika Cronbach's alpha > 0,70. Dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel X mempunyai koefisien Alpha sebesar 0,919 yang artinya > 0,70. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan adalah reliabel. Untuk selanjutnya item pada konsep variabel tersebut layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.70742552
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.077
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.111 ^c

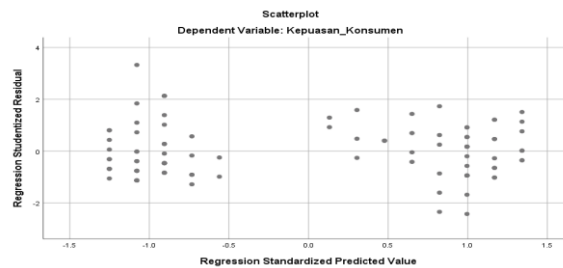


Berdasarkan hasil uji normalitas kolmogorov smirnov (K-S) dapat dilihat bahwa nilai Asymp.sig (2-tailed) $0,111 < 0,05$. Hasil tersebut sudah memenuhi syarat dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yang besarnya $0,05$. dan dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi normalitas variabel dalam penelitian model regresi ini dapat dikatakan sudah terpenuhi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.325	.380		6.126	.000
	Kualitas_Pelayanan	-.013	.028	-.047	-.461	.646

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai Sig variabel Kualitas pelayanan $0,646 > 0,05$ artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas



Berdasarkan output Scatterplot SPSS diketahui bahwa:

- Titik titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
- Titik titik tidak mengumpul pada satu daerah saja
- Penyebaran titik titik data tidak membentuk pola

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. UJI HIPOTESIS

a. Uji Analisis Regresi Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.405 ^a	.164	.156	2.721

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Dari hasil output diatas variabel independen (X) dalam penelitian ini hanya memberikan sebagian kecil pengaruhnya terhadap variabel dependen (Y) yaitu 15,6% sisa 84,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

b. Uji T

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	142.755	1	142.755	19.278	.000 ^b
	Residual	725.685	98	7.405		
	Total	868.440	99			

Dari output hasil Uji T diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) yang ditunjukkan dengan angka 4,391 sig 0,000 < 0,05

maka dapat dikatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna shopee.

c. Uji F

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.800	.639	15.327	.000
	Kualitas Pelayanan	.208	.047	4.391	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa nilai sig 0,000 < 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini sangat layak.

PENUTUP

Kesimpulan

Simpulan menyajikan ringkasan dari uraian mengenai hasil dan pembahasan, mengacu pada tujuan penelitian. Berdasarkan kedua hal tersebut dikembangkan pokok-pokok pikiran baru yang merupakan esensi dari temuan penelitian.

Saran

1. Kualitas pelayanan pihak shopee sudah baik, namun perlu lebih ditingkatkan lagi karena pelayanan yang diberikan pihak shopee dalam hal pengiriman produk, kesesuaian barang diterima, kesediaan pelayanan pelanggan dalam membantu konsumen, sikap pelanggan ketika terjadi masalah, keamanan data konsumen dan pengembalian dana sudah baik. masih dinilai kurang memuaskan
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan. Variabel tambahan dapat diperkenalkan untuk mempengaruhi variabel dalam penelitian ini untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Prasetio, A. (2012). Pengaruh kualitas

pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).

Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh

kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.

Widyanita, F. A. (2018). Analisis pengaruh

kualitas pelayanan e-commerce shopee terhadap kepuasan konsumen shopee Indonesia pada Mahasiswa FE UII pengguna shopee.

Nurakhmawati, R., Purnamawati, A., & Fahmi,

I.(2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 191-204.

Wulandari, Z., Mulyati, A., & Tjahjono, E.

(2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Marketplace Shopee). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1).