

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN VAES.ID PADA APLIKASI SHOPEE

Ridho Ahwadi¹, Latersia Br Gurusinga²

STMB MULTI SMART

Jalan Pajak Rambe Martubung, Kec.Medan Labuhan, Medan, Sumatera Utara 20252

Email : ridho234ahwadi@gmail.com¹, latersiabrgurusinga@stmb-multismart.ac.id²

Abstrak - Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Vaes.Id pada aplikasi shopees. Penelitian yang digunakan ialah penelitian dengan metode kuantitatif. Teknik dalam pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, regresi sederhana, uji hipotesis dengan software SPSS 22. Populasi dalam penelitian ini adalah 90 konsumen di Vaes.id aplikasi shopee. Dari hasil penelitian diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,790 > 1,984$) ($Sig\ 0.00 < 0.05$), artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen*

1. PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa. Perusahaan melakukan berbagai cara untuk mempengaruhi kepuasan konsumen yakni dengan membangun komunikasi yang baik dan membangun jaringan produk dengan memberikan inovasi terbaru pada produksi mereka sesuai dengan trend masa kini. Perilaku konsumen adalah proses yang melibatkan manusia dalam merancang sebuah strategi pemasaran yang baik. Adapun cara yang dilakukan perusahaan dalam membangun kepuasan pada calon konsumennya seperti menjaga kualitas produk, menjalin hubungan yang baik dengan konsumen, promosi, kualitas produk dan menggunakan media digital dalam pemasaran produknya. Kepuasan konsumen adalah hasil akhir yang dicapai perusahaan setelah melakukan proses penjualan produk dan jasa yang mana bila kepuasan konsumen meningkat akan menyebabkan laba perusahaan meningkat dan sebaliknya bila kepuasan konsumen menurun maka menyebabkan laba perusahaan menurun. [1] Kepuasan konsumen dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan. Untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas produsen diharapkan memahami apa yang diinginkan konsumen dari produk dan jasa yang dihasilkan. Harapan konsumen dapat diidentifikasi secara tepat apabila perusahaan mengerti persepsi konsumen terhadap kepuasan. Hasil observasi menunjukkan masih adanya rasa tidak puas konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Vaes.id saat berbelanja di Shopee, hal ini dikarenakan kurang tanggap terhadap pertanyaan konsumen dan jadwal pengiriman barang yang tidak sesuai dengan yang tertera pada aplikasi. Kepuasan konsumen harus dijadikan sebagai fokus utama dalam menjalankan bisnis sebab konsumen memegang peranan penting dalam menilai kepuasan terhadap produk maupun jasa.. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipersepsikan dengan ekspektasinya [3]. Indikator dari kepuasan konsumen terdiri dari Persepsi, Rekomendasi, Pengalaman konsumen, kepuasan dan pembelian kembali. [4] Kualitas pelayanan adalah jasa yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan [5]. Kualitas pelayanan adalah kecocokan penggunaan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan [6]. Kualitas pelayanan adalah kesesuaian jasa dengan kebutuhan pasar atau pelanggan. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan pelanggan [7]. Ada lima dimensi ServQual (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy [8]; Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Vaes.Id pada aplikasi shopee.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode

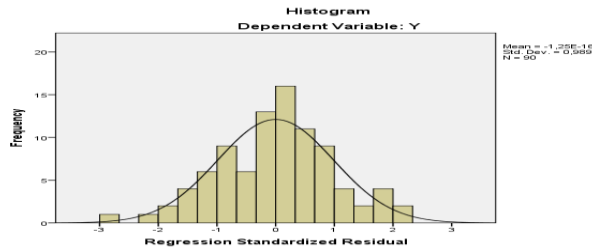
Penelitian ini menggunakan data primer dengan data utama berasal dari pembagian kuesioner melalui *Google Form* kemudian di tabulasi. Hasil dari tabulasi jawaban responden kemudian dianalisis dengan

berbagai teknik analisis yakni uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas maupun analisis regresi linier.

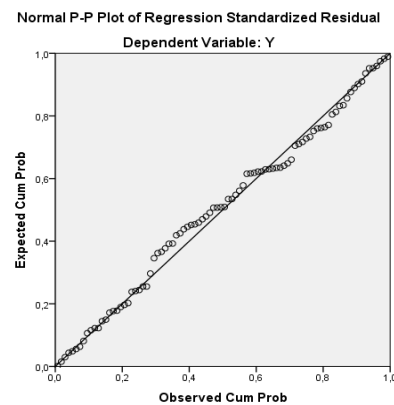
3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji Normalitas untuk menguji apakah model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dibawah ini menunjukkan data berdistribusi normal pada gambar 1 dan gambar 2 dibawah ini:



Gambar 1. Histogram menunjukkan pola distribusi normal



Gambar 2. Grafik Probability Plot menunjukkan data menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal

Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan untuk uji ini adalah dengan melihat nilai VIF nya, bila nilai nya lebih kecil dari 10 maka disimpulkan tidak terjadi gejala multikolonieritas dan sebaliknya. Hasil Uji Multikolonieritas dibawah ini menunjukkan nilai VIF < 10 yakni sebesar 1,007, untuk itu dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolonieritas pada data yang diuji seperti yang dapat dilihat pada tabel 2 ini

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

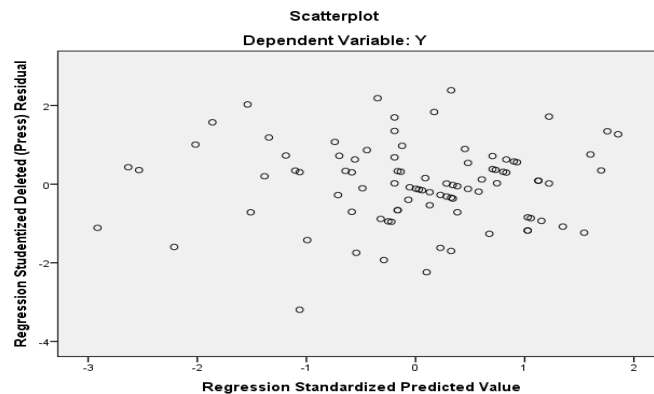
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	40,835	6,774		6,028	,000		
	X	1,153	,194	,070	4,790	,000	,993	1,007

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah dari hasil penelitian (2022)

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, karena karena untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain [10]. Suatu model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah dengan melihat pada pola pada grafik scatterplot, bila pola titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu Y atau tidak ada pola tertentu maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas atau sebaliknya. Hasil uji heteroskedastisitas dibawah ini menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas seperti terlihat pada gambar 3 ini.



Gambar 3 Scatterplot

Analisis Regresi Linier

Penelitian ini memiliki dua variabel yakni variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel dependent. Analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. hasil analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	40,835	6,774		6,028	,000		
	X	1,153	,194	,070	4,790	,000	,993	1,007

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah dari hasil penelitian (2022)

Persamaan Regresi linear sederhana yang didapat dari hasil pengujian diatas adalah :

$$Y = 40,835 + 1,153 X$$

Berdasarkan persamaan diatas, maka konstanta (a) = 40,835, artinya jika variabel bebas bernilai 0, maka kepuasan konsumen pada Vaes.id sebesar 40,835. dimana jika kualitas pelayanan bertambah maka kepuasan konsumen akan ikut bertambah sebesar 1,153.

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan atau tidak. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini :

Tabel 3 Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	6,028	,000
	X	4,790	,000

Sumber : Data diolah dari hasil penelitian (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Vaes.id yang terlihat pada thitung (4,790) lebih besar dari ttabel (1,984) dan signifikansi lebih kecil dari 0,05

Uji Determinasi

Uji Determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). semakin kecil koefisien determinasi mengindikasikan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikatnya (Y) semakin lemah begitu juga sebaliknya. Hasil Uji Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini :

Tabel 4 Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.501 ^a	.251	.235	5.88171

Sumber : Data diolah dari hasil penelitian (2022)

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien determinasi R Square adalah 0.251, hal ini menerangkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Vaes.id adalah sebesar 25,1 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk, harga, dan lain-lain..

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen

Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen berdasarkan uji t diperoleh sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,790 > 1,984) (Sig 0.00 < 0.05). dengan demikian H_0 ditolak. kesimpulannya : ada pengaruh signifikan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen produk pada Shopee.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen [14], [15], [16].

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian diatas maka dapat ditarik kesimpulan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Vaes.Id Pada Aplikasi Shopee

Saran

Diharapkan Vaes.Id lebih meningkatkan kualitas pelayana dalam melayani konsumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan Vaes.Id di aplikasi Shopee. Pihak perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan kepuasan dari konsumen agar memberi kemudahan dan kenyamanan dalam mendapatkan pelayanan sehingga terciptanya kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo, 2010.
- [2] K. L. Keller and P. Kotler, *Marketing Management*, Pearson In. 2011.
- [3] Zulkarnain, *Ilmu Menjual, Pendekatan Teoritis, dan Kecakapan Menjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- [4] Lupiyoadi. R, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- [5] Thamrin. A., *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo, 2012.
- [6] Hasan. A., *Marketing Dan Kasus-Kasu Pilihan*. Jakarta: Caps, 2013.
- [7] N. Arianty, H. Jasiin, P. L. Khodri, and I. Christiana, *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing, 2016.
- [8] Kotler. P dan Garry. A., *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2007.

- [9] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.," Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.* 2017.
- [10] Ghozali. I, *Analisis Multivariat Dengan Menggunakan SPSS*. Semarang: Undip, 2005.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 8th ed. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- [13] A. dan P. D. Rivai, *Manajemen Strategis*. Jakarta: Wacana Media, 2015.
- [14] M. Arda, "Effect Of Word Of Mouth (Wom) On Student Decisions Choosing Program Bachelor Degree university Of Muhammadiyah Sumatera Utara With Brand Image As Intervening variables," *Proceeding Int. Conrerence Glob. Educ.*, vol. 1, no. 1, pp. 918–927, 2018.
- [15] A. Arianty, N., & Andira, "Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian," *MANEGGIO J. Ilm. Magister Manaj.*, vol. 1, no. 1, pp. 39–50, 2021.
- [16] S. Farisi, "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara," in *Prosiding The National Conference on Management and Business (NCMAB)*, 2018, pp. 690–705.