



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SHOPEE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIE APRIN PALEMBANG)

Erna AR

ernaarstieaprin@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi APRIN

Article Info

Kata Kunci :
Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Shopee

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy) shopee terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada mahasiswa STIE APRIN Palembang). Variabel independen adalah kualitas pelayanan dan variabel dependen adalah kepuasan konsumen. metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan metode kuesioner (angket) terhadap 75 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Slovin. Adapun alat analisis yang digunakan adalah regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel kualitas pelayanan shopee berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada mahasiswa STIE APRIN Palembang). Nilai koefisien determinan sebesar 0,654 yang berarti kepuasan konsumen shopee dapat dijelaskan oleh faktor variabel kualitas pelayanan sebesar 65,4%. sedangkan sisanya sebesar 34,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Kesimpulan penelitian ini secara keseluruhan kualitas pelayanan shopee berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Erna AR

ernaarstieaprin@gmail.com

Jurnal Ilmiah Manajemen – Vol :11.01.2022

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Setiap perusahaan menawarkan keunggulan kepada konsumen supaya dapat terus bertahan. Semakin menarik, mudah, menyenangkan dan menguntungkan system penjualan bagi konsumen.

Menurut Lai (2014;63) kecepatan perkembangan teknologi, komunikasi dan informasi memungkinkan konsumen untuk membeli produk dan jasa secara online. di Indonesia, belanja secara online sudah umum dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa dengan mudah tanpa menguras banyak waktu dan tenaga. Shopee merupakan aplikasi platform perdagangan elektronik sebagai pelanggan untuk pelanggan (C2C) dan Bisnis untuk pelanggan (B2C). sebagai marketplace shopee memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya dengan

memberikan banyak program menarik. Aplikasi shopee dapat diunduh melalui play store dan app store.

Menurut Lai (2014;63) kecepatan perkembangan teknologi, komunikasi dan informasi memungkinkan konsumen untuk membeli produk dan jasa secara online. di Indonesia, belanja secara online sudah umum dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa dengan mudah tanpa menguras banyak waktu dan tenaga.

Shopee merupakan aplikasi platform perdagangan elektronik sebagai pelanggan untuk pelanggan (C2C) dan Bisnis untuk pelanggan (B2C). sebagai marketplace shopee memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya dengan memberikan banyak program menarik. Aplikasi shopee dapat diunduh melalui play store dan app store. memberikan kemudahan transaksi dengan gratis ongkos kirim diarea tertentu, layanan Cash On Delivery (COD), memberikan kemudahan pembayaran tagihan – tagihan serta garansi barang kembali jika tidak sesuai.

Menurut Gilbert dkk (dalam Aryani dan Rosnita, 2010;11) mengungkapkan kualitas layanan mendorong konsumen untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan, sehingga berdampak pada peningkatan market share suatu produk. Kualitas layanan sangat penting dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama.

Shopee mampu memberikan pelayanan yang tepat dan cepat sesuai dengan harapan konsumen, maka shopee akan memiliki persepsi yang baik dimata konsumen. dalam memberikan pelayanan yang tepat dan sesuai, perusahaan diharuskan untuk memahami harapan konsumen serta memberikan pelayanan yang memuaskan.

Berikut merupakan survey pendahuluan terhadap 40 responden konsumen shopee di STIE APRIN PALEMBANG.

Tabel 1.1 : Tanggapan Konsumen Terhadap Shopee

No	Indikator	Setuju		Tidak Setuju	
		Orang	%	Orang	%
1.	Cara pembelian dishopee mudah	30	75	10	25
2.	Pembelian dishopee terjamin keamanannya	25	62,5	15	37,5
3.	Shopee banyak memberikan promosi	29	72,5	11	27,5
4.	Kemudahan dalam pembayaran	30	75	10	25
5.	Harga yang ada dishopee terjangkau	28	70	12	30
6.	Produk tidak sesuai deskripsi	22	55	18	45
7.	Respon Customer Service yang tidak baik	19	47,5	21	52,5
8.	Kecepatan pengiriman yang tidak baik	33	82,5	7	17,5

Sumber : hasil survey, pengumpulan data (2021)

Dapat dilihat bahwa 30 orang (75%) menyatakan setuju dan 10 orang (25%) menyatakan tidak setuju konsumen pengguna Shopee, Sebanyak 25 orang (62,5%) setuju dan 15 orang (37,5%) tidak setuju, pembelian di Shopee terjamin keamanannya, Sebanyak 29 orang (72,5%) setuju dan 11 orang (27,5%) tidak setuju, shopee banyak memberikan promosi seperti *cashback*, diskon dan gratis ongkos kirim setiap harinya pada setiap tanggal tertentu, sehingga membuat konsumen tertarik untuk selalu membeli produk.

Sebanyak 30 orang (75%) dan 10 orang (25%) tidak setuju mengenai kemudahan pembayaran, karena menurut pelanggan pembayaran Shopee dianggap mudah karena banyaknya Swalayan serta mesin ATM yang banyak dilingkungan sekitar. Sebanyak 28 orang (70%) setuju dan 12 orang (30%) tidak setuju, banyak konsumen yang mengaku bahwa shopee dapat menjadi peluang bisnis bagi pemula.

Sebanyak 22 orang (55%) setuju dan 18 orang (45%) tidak setuju, Produk tidak sesuai deskripsi, . Sebanyak 19 orang (47,5%) setuju dan 21 orang (52,5%) tidak setuju, Respon Customer Service yang tidak baik ,permasalahan yang disampaikan oleh konsumen. sebanyak 33 orang (82,5%) setuju dan 7 orang (17,5%) tidak setuju.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian kualitas pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregonius (2015:115) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa dan sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Pelayanan menurut kamus besar bahasa Indonesia (2020) merupakan “perihal atau cara meladeni dan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa”.

Kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2012:157), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. .

Dari definisi diatas, kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan Konsumen

Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi kualitas layanan Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (2015:11-12), yaitu :

- Bukti Fisik (*Tangible*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan jasa serta penampilannya.
- Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan yang disepakati.
- Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan jasa untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat
- Jaminan dan kepastian (*assurance*) perilaku karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan para konsumen.
- Empati (*empathy*), bahwa perusahaan memahami masalah yang para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada konsumen dan memiliki jam operasional yang nyaman.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dengan apa yang diharapkan. Harapan konsumen diyakini mempunyai peran yang besar dalam menentukan suatu kepuasan.

Kepuasan konsumen dipandang sebagai evaluasi yang memberikan hasil dimana yang dirasakan setidaknya sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan (Fandy Tjiptono 2015:78).

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut lupiyoadi (dalam Julia Ramadha Nasution 2019;20) yaitu :

- Kualitas Produk
Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- Kualitas Pelayanan atau Jasa
Untuk industri jasa kualitas pelayanan ini sangat berpengaruh, apabila konsumen mendapatkan pelayanan yang mereka nilai itu baik atau sesuai dengan keinginannya, Mereka akan merasa puas.
- Harga
Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.

METODELOGI PENELITIAN

Populasi Dan Sampel

Sampel digunakan rumus Slovin :

Dimana : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%), maka jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{300}{1 + 300(0,1)^2} = 75 \text{ orang.}$$

Jadi dari perhitungan diatas, untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah 75 orang.

Teknik Analisis

Dalam penelitian ini analisa data yang digunakan adalah regresi linier sederhana.

1. Uji Validitas

Valid berarti instrument tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n - 2$ dengan signifikai 5%, Teknik yang digunakan untuk uji validitas dilakukan dengan kolerasi *product-moment pearson*. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif berarti item dinyatakan valid. Sedangkan jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti item dinyatakan tidak valid.

Hasil *pearson correlation* < signifikan 0.05 atau 5% = valid

Hasil *pearson correlation* \geq signifikan 0.05 atau 5% = tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik *cronbach alpha*. Ukuran ketetapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut

Rumus *cronbach alpha*

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Apabila koefisien *cronbach alpha* (r_{11}) $\geq 0,6$ maka dapat dikatakan reliable (Johnson and cristensen, 2012).

3. Uji Regresi Sederhana

Rumus regresi sederhana :

$$Y = \alpha + bX$$

Dimana :

Y : Kepuasan konsumen

α : Konstanta

X : kualitas pelayanan

b : Koefisien regresi variabel X

4. Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis Individual (Uji t)

1. H_0 : artinya variabel bebas X , yaitu kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen.

2. H_a : artinya variabel bebas X , yaitu kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen.

Kriteria kepuasan konsumen

H_0 diterima jika $r_{hitung} < t_{tabel}$ pada = 5%

H_a diterima jika $r_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

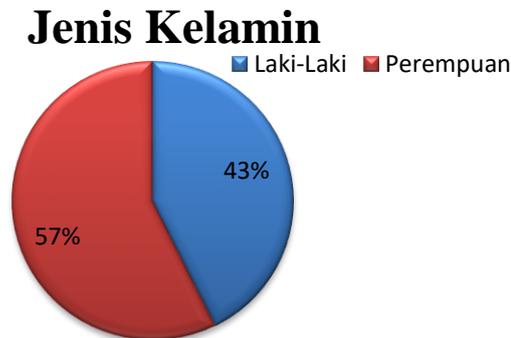
Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif responden dalam penelitian ini merupakan cara merumuskan responden dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia.

a. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persentase
Laki – Laki	32	42,7%
Perempuan	43	57,3%
Total	75	100%

Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
 Sumber data primer (kuesioner), diolah Februari 2021



Gambar 4.1 : Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
 Sumber data primer (kuesioner), diolah Februari 2021

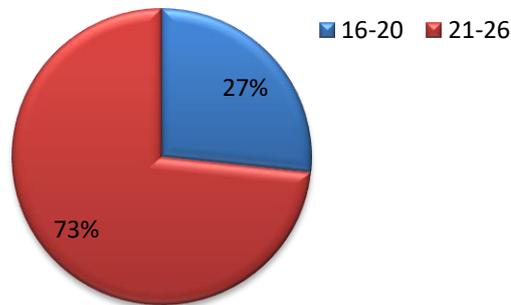
Dapat dilihat pada tabel 4.1 bahwa jumlah responden berdasarkan tingkat jenis kelamin laki – laki sebanyak 32 orang atau sama dengan 42,7% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 43 orang atau sama dengan 57,3%. Maka jumlah responden berdasarkan tingkat jenis kelamin paling banyak jenis kelamin perempuan.

b. Usia

Usia	Responden	Persentase
16-20	20	36,9%
21-26	55	63,1%
Total	75	100%

Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
 Sumber data primer (kuesioner), diolah Februari 2021

Usia



Gambar 4.2 : Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
 Sumber data primer (kuesioner), diolah Februari 2021

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan usia dapat dilihat dari tabel 4.2 bahwa jumlah responden berdasarkan usia 16 – 20 sebanyak 20 atau 36,9% dan usia 21 – 26 sebanyak 55 atau 63,1%. Maka jumlah responden berdasarkan usia paling banyak dari usia 21 – 26.

Analisis Deskriptif Variabel

a. Variabel Kualitas pelayanan

Kues.	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah F	Jumlah %	Jumlah responden
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X1	26	34,67	39	52	7	9,33	2	2,67	1	1,33	312	100	75
X2	19	25,33	45	60	10	13,33	1	1,33	0	0,00	307	100	75
X3	24	32,00	33	44	17	22,67	1	1,33	0	0,00	305	100	75
X4	25	33,33	40	53,33	9	12,00	1	1,33	0	0,00	314	100	75
X5	22	29,33	48	64	4	5,33	0	0,00	1	1,33	315	100	75
X6	23	30,67	36	48	15	20,00	0	0,00	1	1,33	305	100	75
X7	10	13,33	40	53,33	23	30,67	1	1,33	1	1,33	282	100	75
X8	20	26,67	45	60	8	10,67	1	1,33	1	1,33	307	100	75
X9	17	22,67	45	60	11	14,67	1	1,33	1	1,33	301	100	75
X10	25	33,33	38	50,66	10	13,33	1	1,33	1	1,33	310	100	75
X11	31	41,33	37	49,33	5	6,67	1	1,33	1	1,33	321	100	75
Rata-rata	22	29,3	40,5	54,1	10,8	14,4	0,9	1,2	0,7	1,0	307,2		

Tabel 4.3 Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan
 Sumber Data Primer (Kuesioner), Diolah Februari 2021

Pada pernyataan pertama (X1) bahwa Mudah dalam menghubungi pihak Shopee, sebanyak 26 responden (34,67%) menjawab sangat setuju, sebanyak 39 responden (52%) menjawab setuju, sebanyak 7 responden (9,33%) menjawab kurang setuju, sebanyak 2 responden (2,67%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (X2) bahwa Barang yang datang sesuai harapan, sebanyak 19 responden (25,33%) menjawab sangat setuju, sebanyak 45 responden (60%) menjawab setuju, sebanyak 10 responden (13,33%) menjawab kurang setuju, sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (X3) bahwa Pengiriman shopee sesuai dengan yang dijanjikan, sebanyak 24 responden (32%) menjawab sangat setuju, sebanyak 33 responden (44%) menjawab setuju, sebanyak 17 responden (22,67%) menjawab kurang setuju, sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 0 responden (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (X4) bahwa Shopee konsisten dalam pelayanan jasa atau produk yang sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, sebanyak 25 responden (33,33%) menjawab sangat setuju, sebanyak 40 responden (53,33%) menjawab setuju, sebanyak 9 responden (12,00%) menjawab kurang setuju, sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 0 responden (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (X5) bahwa Shopee memberikan informasi kepada konsumen tentang kapan pelayanan yang dijanjikan terealisasi, sebanyak 22 responden (29,33%) menjawab sangat setuju, sebanyak 48 responden (64%) menjawab setuju, sebanyak 4 responden (12,00%) menjawab kurang setuju, sebanyak 0 responden (0,00%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (X6) bahwa Shopee memberikan respon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat, sebanyak 23 responden (30,67%) menjawab sangat setuju, sebanyak 36 responden (48%) menjawab setuju, sebanyak 15 responden (20,00%) menjawab kurang setuju, sebanyak 0 responden (0,00%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (X7) bahwa Pihak shopee sigap dalam melayani konsumen yang bermasalah dalam barang yang rusak atau tidak sesuai, sebanyak 10 responden (13,33%) menjawab sangat setuju, sebanyak 40 responden (53,33%) menjawab setuju, sebanyak 23 responden (30,67%) menjawab kurang setuju, sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab sangat tidak setuju.

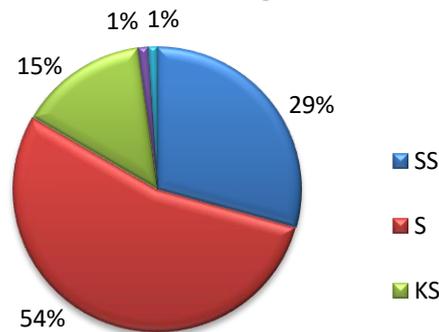
Pada pernyataan pertama (X8) bahwa Shopee bertanggungjawab tentang penanganan konsumen akan masalah pelayanan, sebanyak 20 responden (26,67%) menjawab sangat setuju, sebanyak 45 responden (60%) menjawab setuju, sebanyak 8 responden (10,67%) menjawab kurang setuju, sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (X9) bahwa Shopee memberikan pelayanan yang cepat dan sigap, sebanyak 17 responden (22,67%) menjawab sangat setuju, sebanyak 45 responden (60%) menjawab setuju, sebanyak 11 responden (14,67%) menjawab kurang setuju, sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (X10) bahwa Shopee dapat dipercaya dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, sebanyak 25 responden (33,33%) menjawab sangat setuju, sebanyak 38 responden (50,67%) menjawab setuju, sebanyak 10 responden (13,33%) menjawab kurang setuju, sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (X11) bahwa Kurir shopee melayani dengan baik, sebanyak 31 responden (41,33%) menjawab sangat setuju, sebanyak 37 responden (49,33%) menjawab setuju, sebanyak 5 responden (6,67%) menjawab kurang setuju, sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab sangat tidak setuju.

Kualitas Pelayanan



Gambar 4.3 Diagram jawaban Responden Kualitas pelayanan
 Sumber data primer (kuesioner), diolah Februari 2021

Berdasarkan hasil jawaban responden atas variabel kualitas pelayanan maka dapat disimpulkan bahwa rata – rata skor sangat setuju sebanyak 29% responden, setuju sebanyak 54% responden, Kurang setuju sebanyak 15% responden, Tidak setuju sebanyak 1% responden dan Sangat tidak setuju sebanyak 1% responden.

b. Variabel Kepuasan Konsumen

Kues.	Jawaban Responden Kepuasan Konsumen										Jumlah F	Jumlah %	Jumlah Responden
	SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%			
Y1	28	37,33	38	50,67	8	10,67	0	0,00	1	1,33	317	100	75
Y2	20	26,67	43	57,33	11	14,67	0	0,00	1	1,33	306	100	75
Y3	30	40,00	36	48,00	5	6,67	3	4,00	1	1,33	316	100	75
Y4	26	34,67	38	50,67	10	13,33	0	0,00	1	1,33	313	100	75
Y5	25	33,33	42	56,00	8	10,67	0	0,00	0	0,00	317	100	75
Y6	36	48,00	33	44,00	5	6,67	1	1,33	0	0,00	329	100	75
Rata - Rata	27,50	36,67	38,33	51,11	7,83	10,44	0,67	0,89	0,67	0,89			

Tabel 4.4 : Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen
 Sumber Data Primer (Kuesioner), Diolah Februari 2021

Pada pernyataan pertama (Y1) bahwa Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Shopee, sebanyak 28 responden (37,33%) menjawab sangat setuju, sebanyak 38 responden (50,67%) menjawab setuju, sebanyak 8 responden (10,67%) menjawab kurang setuju, sebanyak 0 responden (00,00%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (Y2) bahwa Saya puas dengan tanggapan dan solusi yang diberikan shopee jika saya mengalami masalah dalam pemesanan, sebanyak 20 responden (26,67%) menjawab sangat setuju, sebanyak 43 responden (57,33%) menjawab setuju, sebanyak 11 responden (14,67%) menjawab kurang setuju, sebanyak 0 responden (00,00%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,33%) yang menjawab sangat tidak setuju.

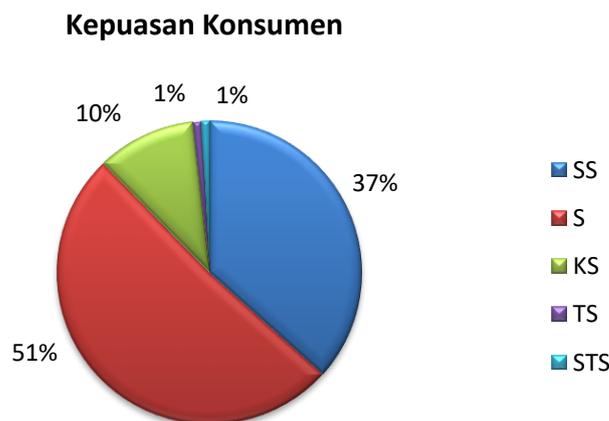
Pada pernyataan pertama (Y3) bahwa saya minat berbelanja kembali menggunakan shopee karena pelayanannya yang memuaskan, sebanyak 30 responden (40%) menjawab sangat setuju, sebanyak 36 responden (48%) menjawab setuju, sebanyak 5 responden (6,67%) menjawab kurang setuju, sebanyak 3 responden (4,00%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (Y4) bahwa Saya berminat untuk berbelanja kembali menggunakan shopee karena dapat dipercaya, sebanyak 26 responden (34,67%) menjawab sangat setuju, sebanyak 38 responden (50,67%) menjawab setuju, sebanyak 10 responden (13,33%) menjawab

kurang setuju, sebanyak 0 responden (00,00%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (Y5) bahwa Saya merekomendasikan shopee kepada orang lain, sebanyak 25 responden (33,33%) menjawab sangat setuju, sebanyak 42 responden (56,00%) menjawab setuju, sebanyak 8 responden (10,67%) menjawab kurang setuju, sebanyak 0 responden (00,00%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 0 responden (00,00%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama (Y6) bahwa saya puas dengan kemudahan dan banyaknya promo yang ada di shopee, sebanyak 36 responden (48,00%) menjawab sangat setuju, sebanyak 33 responden (44%) menjawab setuju, sebanyak 5 responden (6,67%) menjawab kurang setuju, sebanyak 1 responden (1,33%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 0 responden (00,00%) menjawab sangat tidak setuju.



Gambar 4.4 Diagram jawaban Responden Kepuasan Konsumen
 Sumber data primer (kuesioner), diolah Februari 2021

Berdasarkan hasil jawaban responden atas variabel kualitas pelayanan maka disimpulkan bahwa rata – rata skor sangat setuju sebanyak 37% responden, setuju sebanyak 51% responden, Kurang setuju sebanyak 10% responden, Tidak setuju sebanyak 1% responden dan Sangat tidak setuju sebanyak 1% responden.

Uji Validitas dan Rentabilitas

Uji Validitas

Maka dalam penelitian ini akan dijelaskan sudah valid tidaknya pertanyaan kuesioner tersebut akan digambarkan pada tabel sebagai berikut:

Variabel	Item	Corrected item total correlation (R_{hitung})	R_{tabel}	Keterangan
Variabel Kualitas Pelayanan (X)	X1	0,564	0,227	valid
	X2	0,574	0,227	valid
	X3	0,697	0,227	valid
	X4	0,688	0,227	valid
	X5	0,680	0,227	valid
	X6	0,798	0,227	valid
	X7	0,722	0,227	valid

	X8	0,704	0,227	valid
	X9	0,776	0,227	Valid
	X10	0,717	0,227	Valid
	X11	0,713	0,227	Valid
Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,841	0,227	Valid
	Y2	0,738	0,227	Valid
	Y3	0,866	0,227	Valid
	Y4	0,837	0,227	Valid
	Y5	0,682	0,227	Valid
	Y6	0,745	0,227	Valid

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS25 Maret 2021

Tabel diatas terlihat bahwa R_{hitung} pada kolom *corrected item total correlation* untuk masing – masing item memiliki R_{hitung} lebih besar dan positif dibandingkan R_{tabel} untuk $df = 75 - 2 = 73$ dan $alpha$ 0,05 dengan uji dua sisi didapat R_{tabel} sebesar 0,227 maka dapat disimpulkan bahwa indikator dari kedua variabel X dan Y adalah Valid

1. Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil uji reliabilitas variabel perencanaan yang diolah dengan menggunakan program software SPSS25 dapat dilihat pada tabel 4.7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,892	11

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Sumber : data primer (kuesioner) diolah SPSS25 April 2021

Pada item ini tingkat signifikan 5% koefisien $Alpha$ 0,892, kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai R_{tabel} dengan nilai $N=75$ dan diperoleh nilai R_{tabel} sebesar 0,227, ini berarti $R_{Alpha} > R_{tabel}$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji berada pada kategori “sangat reliabel” karena nilai berada pada rentang 0,81– 1,00.

2. Pengujian Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

Hasil uji reliabilitas variabel kepuasan konsumen yang diolah dengan menggunakan program SPSS25 dapat dilihat pada tabel 4.8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,877	6

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

Sumber : data primer (kuesioner) diolah SPSS25 April 2021

Pada item ini tingkat signifikan 5% koefisien $Alpha$ 0,877, kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai R_{tabel} dengan nilai $N=75$ dan diperoleh nilai R_{tabel} sebesar 0,227, ini berarti $R_{Alpha} > R_{tabel}$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji berada pada kategori “sangat reliabel” karena nilai berada pada rentang 0,81– 1,00

Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,102	1,904		1,629	0,108
KUALITAS	0,493	0,042	0,809	11,753	0,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Tabel 4.10 Uji Regresi Sederhana

Sumber : data primer (kuesioner) diolah SPSS25 April 2021

Pada tabel diatas, dapat diketahui dari hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi yaitu :

$$Y = 3,102 + 0,493X$$

persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 3,102 Artinya jika variabel kualitas pelayanan tetap atau tidak mangalami penambahan atau pengurangan, maka kepuasan konsumen akan sebesar 3,102 satuan.
- Koefisien regresi varibale kualitas pelayanan sebesar 0,493 Berarah positif, artinya setiap peningkatan pada kualitas pelayanan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,493 Satuan.

Uji Hipotesis

Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik T)

Untuk mengetahui signifikansi bandingan antara probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas signifikan dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

$H_0 : \beta = 0$ atau $T_{hitung} < T_{tabel}$ (koefisien regresi X tidak signifikan)

$H_a : \beta \neq 0$ atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ (koefisien regresi X signifikan)

Tingkat signifikan : $\alpha = 0,05$

Daerah kritis : signifikan = α : H_0 ditolak

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1,629	0,108
	KUALITAS PELAYANAN	11,753	0,000

Tabel 4.11 Uji Statistik t

Sumber : data primer (kuesioner) diolah SPSS25 April 2021

Rumus untuk mencari nilai T_{tabel} adalah :

$$Df = (\alpha/2 ; n-k-1)$$

Keterangan :

$\alpha = 0,05$ (5%)

n= Jumlah Responden

k = Jumlah Varibael Dependen (Bebas)

jadi, $df = 0,05/2 ; 75-1-1$

$= 0,025 ; 73$

Kemudian dicari padadistribusi nilai T_{tabel} maka ditemukan nilai T_{tabel} sebesar 1,993.

Hasil pengujian hipotesis kemudian secara parsial memulai uji t diperoleh T_{hitung} berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada gambar diatas menunjukkan bahwa : Hasil uji T pada variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh probabilitas sig 0,00 nilai sig 0,00 > 0,05 dan diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 11,753 dan diketahui T_{tabel} sebesar 1,993 (lihat T_{tabel}). $11,753 > 1,993$, Maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	0,654	0,650	2,051

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Tabel 4.12 Uji Determinasi (R^2)

Sumber : data primer (kuesioner) diolah SPSS25 April 2021

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi R^2 (*adjusted R Square*) sebesar 0,654 atau 65,4%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 65,4% terhadap kepuasan konsumen shopee, sedangkan sisanya sebesar 34,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Pembahasan

Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t diperoleh T_{hitung} berdasarkan nilai koefisien menunjukkan bahwa : hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan (X_1) diperoleh probabilitas nilai sig. 0,00 Nilai sig. 0,00 < 0,05 Dan diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 11,753 dan diketahui T_{tabel} sebesar 1,993 (lihat T_{tabel}). $11,753 > 1,993$, maka keputusannya adalah H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap kepuasan konsumen shopee.

Dan berdasarkan dari hasil pengujian regresi linier sederhana menunjukkan bahwa angka koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,654 atau 65,4% hal ini bahwa kualitas pelayanan dapat menjelaskan kepuasan konsumenn sebesar 65,4% sedangkan sisanya 34,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,493 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada kualitas pelayanan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,493 satuan, artinya setiap peningkatan pada kualitas pelayanan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,493 satuan.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

Penelitian ini secara keseluruhan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee. Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t diperoleh T_{hitung} berdasarkan nilai koefisien bahwa hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan (X) diperoleh probabilitas sig. 0,00. Nilai sig. 0,00 < 0,05 dan diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 11,753 dan diketahui T_{tabel} sebesar 1,993 (lihat T_{tabel}). $11,753 > 1,993$, maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee.

Berdasarkan tabel yang diperoleh nilai koefisien determinan R^2 (*adjusted R Square*) sebesar 0,654 atau 65,4%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh

positif terhadap kepuasan konsumen shopee, sedangkan sisanya 34,6% dipengaruhi oleh faktor – faktor diluar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad, 2015, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- Lupiyoadi, Hamdani, Rambat, 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta
- Laudon, Kenneth C, Dkk. 2007, *Sistem Informasi Manajemen* (Edisi 10) Buku 2, Salemba, Jakarta
- Siyoto, Sandu, dan Sodik, Ali, 2015, *Dasar Metodologi Penelitian*, Literasi Media Publishing, Yogyakarta
- Sugiono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- Sugiono, 2013, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Suhartanto, Dwi, 2014, *Metode Riset Pemasaran*, Alfabeta Bandung
- Tjiptono, Fandy, 2012, *Strategi Pemasaran (Edisi 3)*, Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, 2015, *Service Quality dan Satisfaction*, Andi, Yogyakarta
- Wong, Jony, 2010, *Internet Marketing For Beginners*, Elex Kompurindo, Jakarta