



Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa

Tia Irnadianis Ifada^{1*}, Novia Ratnasari², Zurriat Nyndia Rahmawati³, Farid Wahyudi⁴, Anisa Hudi Widanigrum⁵, Rachmad Imam Tarecha⁶

^{1,2,3,4,5} Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Raden Rahmat Malang, Indonesia

⁶ Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Raden Rahmat Malang, Indonesia

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima : 29-05-2024

Direvisi : 04-06-2024

Disetujui : 07-06-2024

Kata Kunci:

Kualitas Layanan,
Kepuasan Konsumen,
Aplikasi Shopee,
E-Servqual

Keywords:

Service Quality
Consumen Satisfaction,
Shopee App,
E-Servqual

ABSTRAK

Di Indonesia Shopee menjadi platform e-commerce yang banyak diminati. Hal ini terbukti pada banyaknya konsumen yang mengunjungi aplikasi Shopee. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan Shopee mempengaruhi kepuasan konsumen mahasiswa fakultas sains dan teknologi. Metode analisis kuantitatif penelitian ini menggunakan metode pendekatan E-Servqual. Secara keseluruhan, 50 responden digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Seluruh data dalam hasil kuesioner yang dievaluasi adalah valid dan dapat diandalkan, sesuai dengan temuan penelitian. Oleh karena itu kepuasan konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas layanan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,123. Keandalan dan kontak merupakan indikator terpenting pada variabel kualitas layanan menggunakan E-Servqual, sedangkan kesediaan untuk merekomendasikan merupakan sinyal terpenting bagi kepuasan konsumen.

ABSTRACT

In Indonesia, Shopee is an e-commerce platform that is in great demand. This is evident in the number of consumers who visit the Shopee application. The purpose of this study is to ascertain how Shopee service quality affects science and technology faculty students' customer happiness. This study's quantitative analysis method makes use of the E-Servqual approach method. In all, 50 respondents were used for sampling in this study. All of the data in the evaluated questionnaire results are valid and dependable, according to the study's findings. Customer satisfaction is therefore significantly impacted by the service quality variable, with a regression coefficient value of 0.123. Reliability and contact are the most important indications for the service quality variable using E-Servqual, whereas willingness to approve is the most important signal for customer satisfaction.

Penulis Korespondensi:

Tia Irnadianis Ifada,

Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Raden Rahmat Malang, Indonesia

Email: tiaifada26@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi kini berkembang pesat di beberapa industri. Kemajuan teknologi erat kaitannya dengan penggunaan dan bantuan internet. Salah satu penemuan yang membuat berbagai tugas menjadi lebih sederhana adalah internet [1]. Teknologi informasi telah berkembang pesat seiring dengan tuntutan masyarakat yang semakin meningkat. Pasca wabah COVID-19, kebiasaan pembelian konsumen beralih dari *offline* ke *online* melalui pasar [2]. Orang-orang dapat membeli, membayar, dan mengirimkan melalui layanan *online*, yang dikenal sebagai *e-commerce*.

Masyarakat umum, baik pekerja, pelajar, maupun ibu rumah tangga, dapat dengan mudah mengakses *e-commerce*. Ada beberapa situs *e-commerce* di Indonesia antara lain Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan masih banyak lagi [3]. Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak menjadi lima besar situs *e-commerce* kategori *marketplace* dalam hal kunjungan di Indonesia per kuartal ketiga tahun 2023. Pada kuartal ketiga tahun 2023, terdapat 216 juta kunjungan ke *e-commerce* tersebut. Situs *web* Shopee bulanan. Tabel di bawah ini menunjukkan terjadi peningkatan hampir 30% dari triwulan II tahun 2023. Hal tersebut menjadikan Shopee sebagai *e-commerce* dengan kunjungan terbanyak dibanding dengan *e-commerce* lain [4]. Di Indonesia, Shopee menjadi *platform e-commerce* yang banyak diminati. Hal ini terbukti pada banyaknya konsumen yang mengunjungi pada kuartal III 2023 sebanyak 216 juta pengunjung.

Universitas Islam Raden Rahmat Malang merupakan salah satu Universitas di Kepanjen Kabupaten Malang dengan pengenalan pengaplikasian teknologi baru seperti *e-commerce* baik sebagai observasi pembelajaran, maupun dimanfaatkan pada kegiatan sehari-hari seperti berbelanja, akses transportasi atau makanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen Shopee saat berbelanja online. Teknik pendekatan E-Servqual merupakan strategi yang digunakan pada penelitian ini. Model kualitas layanan *online* yang paling komprehensif dan terintegrasi disebut E-Servqual. E-Servqual dapat dibagi menjadi 7 dimensi yaitu *Efficiency* (Efisiensi), *Fulfillment* (Pemenuhan), *Reliability* (Keandalan), *Privacy* (Privasi), *Responsiveness* (Respon), *Compensation* (Kompensasi), dan *Contact* (kontak) [5].

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif karena mengandalkan presentasi numerik dan statistik. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Raden Rahmat Malang yang menggunakan Shopee. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana berdasarkan kriteria tertentu [5]. Total sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 50 responden yang telah mengisi kuesioner dan dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Pedoman ukuran sampel pada penelitian ini mengacu pada pedoman Roscoe berikut ini sebagai panduan untuk sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Ukuran sampel adalah 30 hingga 500.
2. Jumlah sampel pada setiap kategori minimal 30 orang jika sampel dipecah menjadi kelompok lain, misalnya laki-laki, perempuan, PNS swasta, dan lain-lain.
3. Untuk menggunakan analisis *multivariant*, ukuran sampel harus lima sampai sepuluh kali lebih besar dari jumlah variabel penelitian atau pertanyaan kuesioner. (analisis korelasi atau regresi linier berganda).
4. Jumlah sampel untuk penelitian eksperimen dasar dengan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol adalah antara 10 dan 20 [6].

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu; variabel independen dan variabel dependen. Peneliti menghitung sampel sebanyak lima kali jumlah variabel berdasarkan sudut pandang Roscoe di atas, sehingga menghasilkan $2 \times 5 = 10$ sampel. Namun peneliti menentukan besar sampel dengan menggunakan indikator guna meningkatkan presisi. Penelitian ini mencakup tujuh indikator, sehingga didapatkan $7 \times 5 = 35$ responden.

Untuk mendapatkan hasil yang lebih tepat, peneliti mengidentifikasi 50 responden. Ditemukan bahwa kuantitas tanggapan lebih mencerminkan populasi saat ini. Mengingat jumlah sampel yang dikumpulkan lebih besar dari jumlah minimum dan lebih sedikit dari jumlah maksimum, maka dianggap telah memenuhi standar. Di bawah ini merupakan indikator yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas Layanan	Efisiensi (Effeciency)	Halaman Shopee dapat diakses dengan mudah dan cepat
		Kemudahan dalam mengakses fitur-fitur didalam Aplikasi Shopee
		Jadwal Pengiriman barang (Shopee Express) sesuai dengan estimasi.
	Pemenuhan (Fullfillment)	Barang yang dipesan pada Shopee sesuai dengan kapasitas atau <i>stock</i> yang tertera pada aplikasi
		Shopee memberikan fitur garansi pengembalian barang jika barang tidak sesuai yang dideskripsikan pada aplikasi
		Shopee memberikan garansi berupa asuransi keamanan barang jika jenis barang mudah pecah, rahasia atau mudah rusak
	Keandalan (Reliability)	Seluruh fungsi menu dan fitur pada aplikasi dapat diakses sesuai dengan fungsinya
	Privasi (Privacy)	Shopee melindungi segala transaksi yang dilakukan oleh konsumen
	Respon (Responsiveness)	Customer Service Shopee cepat dalam merespon komplain
		Customer Service bisa menjadi pihak ketiga dalam mempertemukan penjual dan konsumen jika terjadi kesalahan maupun kendala transaksi lainnya
	Kompensasi (Compensation)	Adanya pengembalian dana secara cepat dan tidak dipotong biaya tambahan
	Kontak (Contact)	Adanya pengembalian barang, dilengkapi dengan layanan jemput dan pengiriman gratis ke lokasi asal penjual
		Shopee menawarkan banyak saluran komunikasi (telepon, email, dll.) bagi pelanggan untuk menyuarkan masalah pembelian mereka dan menyelesaikannya.
		Dengan menghubungkan pembeli dan vendor, Shopee memfasilitasi komunikasi
	Kesesuaian Harapan	Konsumen menulis ulasan positif
	Minat Berkunjung Kembali	Konsumen melakukan pembelian produk kembali
	Kesediaan Merekomendasikan	Konsumen merekomendasikan aplikasi Shopee

3. HASIL DAN ANALISIS

3.1. Uji Validitas

Penelitian ini diuji validitasnya dengan menggunakan pendekatan *product moment*, yaitu menghitung nilai *r* koefisien korelasi dan membandingkannya dengan *r* tabel untuk mengetahui validitas instrumen. Perangkat lunak SPSS versi 25 digunakan untuk ini. Berikut hasil uji validitas penelitian::

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
1.	Efisiensi	X1.1	0,635	0,361	Valid
		X1.2	0,642	0,361	Valid
2.	Pemenuhan	X2.1	0,566	0,361	Valid
		X2.2	0,482	0,361	Valid
		X2.3	0,658	0,361	Valid
		X2.4	0,471	0,361	Valid
		X2.5	0,577	0,361	Valid
3.	Keandalan	X3.1	0,785	0,361	Valid
		X3.2	0,712	Valid	Valid
		X3.3	0,531	Valid	Valid
		X3.4	0,802	Valid	Valid
		X3.5	0,455	Valid	Valid
4.	Privasi	X4.1	0,805	Valid	Valid
		X4.2	0,624	Valid	Valid
		X4.3	0,838	Valid	Valid
5.	Respon	X5.1	0,612	Valid	Valid
		X5.2	0,727	Valid	Valid
		X5.3	0,643	Valid	Valid
		X5.4	0,836	Valid	Valid
6.	Kompensasi	X6.1	0,608	Valid	Valid
		X6.2	0,704	Valid	Valid
7.	Kontak	X7.1	0,630	Valid	Valid
		X7.2	0,815	Valid	Valid
8.	Kesesuaian Harapan	Y1.1	0,897	Valid	Valid
9.	Minat bekunjung Kembali	Y1.2	0,915	0,361	Valid
10.	Kesediaan Merekomendasikan	Y1.3	0,751	0,361	Valid

Seluruh variabel dianggap valid berdasarkan temuan uji validitas (Tabel 2), karena r hitung $>$ r tabel.

3.2. Uji reliabilitas

Dengan skor lebih besar dari 0,60 maka uji reliabilitas dengan pendekatan *Cronbach's Alpha* menyatakan kuesioner tersebut dapat dipercaya (konstan). Hasil uji reliabilitas penelitian:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,940	Reliabel
Y1	0,824	Reliabel

Variabel tersebut dianggap dapat dipercaya karena berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 3, nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60.

3.3. Hasil Deskripsi Variabel

Tujuan dari uji analisis deskriptif adalah untuk memberikan gambaran terhadap data yang diperoleh dari kuesioner Google Form [7]. Dengan cara ini, semua orang dapat dengan mudah memahami materi. Hasil uji analisis statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Deskriptif Variabel

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Kualitas Layanan	50	45	115	92,28	10,392
Kepuasan Konsumen	50	5	15	12,18	1,734

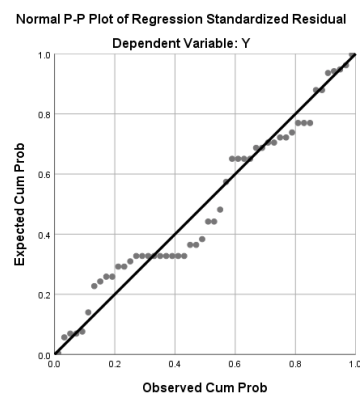
Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa data setiap variabel valid adalah sebesar 50 data sampel. Hasil dari analisis statistik deskriptif dijabarkan sebagai berikut:

- Variabel kualitas layanan dari 50 data sampel diketahui mendapatkan nilai minimum sebesar 45, sedangkan nilai maximum sebesar 115 dari seluruh data yang terkumpul terdiri dari 92,28 sebagai mean dan 10,392 sebagai standar deviasi.
- Dari 50 data sampel variabel kepuasan konsumen, diketahui bahwa nilai minimum yang didapat adalah 4, sedangkan untuk nilai maximumnya sebesar 15 dari seluruh data yang terkumpul dengan nilai rata-rata (mean) adalah 12,18 dan standar deviasi sebesar 1,734.

3.4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Bertujuan untuk Memeriksa apakah data yang diperoleh berdistribusi normal [8]. Uji normalitas penelitian ini menggunakan dua metode: uji *Kolmogorov-Smirnov* satu sampel dan pemeriksaan *visual plot probabilitas*. Hasil uji normalitas penelitian seperti pada Gambar 1 disajikan dengan menggunakan analisis *visual plot probabilitas*:



Gambar 1. Hasil Uji normalitas Grafik *probability Plot*

Gambar 1 yang menampilkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data mengikuti distribusi normal sepanjang garis diagonal dan searah distribusi selanjutnya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa data tersebut mengikuti distribusi normal. Setelah itu pada tabel 5 dibawah ini terlihat hasil uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* yang digunakan untuk mendeteksi normalitas:

Tabel 5. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov one Sample*

N		50
Normal Parameters^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviasi	0,95658638
Most Extreme Differences	Absolute	0,118
	Positif	0,118
	Negatif	-0,105
Test Statistic		0,118
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,080

Berdasarkan Tabel 5, nilai asymp-sig, yang diperoleh dari uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov, dianggap kurang dari 0,05 saat menguji normalitas. Data terdistribusi secara teratur seperti terlihat pada tabel dengan nilai asymp-sig 0,080 > 0,05.

b. Uji Linearitas

Mengetahui apakah terdapat hubungan linear antara dua variabel atau lebih yang diuji merupakan tujuan dari uji linearitas [9]. Berikut ini yang menjadi landasan pengambilan keputusan dalam uji linearitas ini:

- Nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 menunjukkan adanya hubungan linier antara variabel X dan Y.
- Jika nilai probabilitas kurang dari 0,05 maka X dan Y tidak mempunyai hubungan linier.

Hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel 6:

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

			Sum of Square	Df	Mean Square	f	Sig
Kepuasan Konsumen* Kualitas Layanan	Between Groups	(Combined)	94,906	21	4,519	2,924	0,004
		Linearity	76,945	1	76,945	49,786	0,000
		Deviation from Linearity	17,962	20	0,898	0,581	0,894
	Within Groups		43,274	28	1,545		
	Total		138,180	49			

Garis deviasi dari linearitas mempunyai nilai sig sebesar 0,894 yang dapat dilihat berdasarkan tabel hasil uji linearitas. Dengan demikian kita dapat menyimpulkan bahwa ada hubungan linier antara faktor-faktor yang berkaitan dengan kualitas layanan dan kebahagiaan pelanggan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menemukan ketimpangan varians antara dua observasi merupakan tujuan dari uji heteroskedastisitas [10]. Dalam penelitian ini pengambilan keputusan didasarkan pada anggapan tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai signya kurang dari 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Unstandardized Residual	Keterangan
Kualitas Layanan	0,172	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel menunjukkan nilai sig sebesar $0,172 > 0,05$ yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5. Uji Hipotesis (Uji t)

Mengajukan hipotesis penelitian yang secara signifikan mempengaruhi seluruh variabel independen dan hanya sedikit mempengaruhi variabel dependen merupakan tujuan dari pengujian ini. Nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel atau nilai signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yang merupakan informasi berguna dalam pengambilan keputusan. Di bawah ini Anda dapat melihat hasil uji t untuk seluruh variabel:

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstadardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0,872	1,518		0,574	0,568
X	0,123	0,016	0,734	7,494	0,000

Dari data pada tabel ini, kita dapat menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan sedikit banyak dipengaruhi oleh kualitas layanan. Nilai thitung sebesar $7,494 > ttabel 1,667$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ diketahui berhubungan dengan variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini. Hasilnya adalah penerimaan H1 dan penolakan H0. pihak pembelian. Kami menerima kebenaran hipotesis pertama (H1), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari layanan berkualitas tinggi. Berdasarkan hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Shopee kenikmatan klien.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 KESIMPULAN

Terlihat dari hasil analisis data deskriptif penelitian ini bahwa variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan. Dengan menggunakan teknik pendekatan E-Servqual, kualitas pelayanan menjadi variabel independen (X) dalam penelitian ini. Terbukti bahwa kontak (*Contact*) dan keandalan (*Reliability*) merupakan indikator dengan nilai tertinggi pada penelitian ini.

4.2 SARAN

Penelitian serupa dapat dilakukan di masa depan dengan lebih rinci, dengan menggunakan kelompok belajar dan tujuan lain. Selain itu, dapat melakukan studi lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang tidak berkaitan dengan faktor-faktor yang telah diteliti untuk menemukan lebih banyak permasalahan dan menghasilkan temuan yang lebih baru.

REFERENSI

- [1] Aziz, N. (2013). Pemanfaatan Teknologi Internet Dalam Pendidikan. *Jurnal Kependidikan Islam Iain Sulthan Thaha Saifuddin*, 4(1), 75–87.
- [2] Amalia, L. I., Ika Sari, M., & Gunawan Wibowo, Y. (2013). *Analisis Elektronik Service Quality (E-Servqual) Untuk Mengukur Customer Satisfaction Index (Csi) Toko Online Shopee (Studi Kasus: Pelanggan Toko Online Shopee)*.
- [3] Candra Gudiato, Eko Sedyono, I. S. (2022). Analisis Sistem E - Commerce Pada Shopee Untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode S.W.O.T. *Jurnal Of Information Technology*
- [4] Dwilaksono Faryadi, F. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Di Surabaya. *Journal Of Business Theory And Practice*, 10(2)
- [5] Garaika, & Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*
- [6] Priyantini, A. M. (2022). *Pengaruh Dimensi Electronic Service Quality (E-Servqual) Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Pos Aja! Di Kabupaten Boyolali*. 33(1), 1–12
- [7] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- [8] Wiswasta, I. G. N. A., Sukamerta, I. M., Wedagama, D. M., & Agung, I. G. A. A. (2017). *Metode Penelitian Dan Analisis Statistik Kuantitatif Deskriptif*. 1–66.
- [9] Zinah, S., Hamzah, M. L., Rozanda, N. E., & Salisah, F. N. (2023). Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Menggunakan Metode E-Servqual Dan Kano. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informas*, 10(2), 316–328
- [10] Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal Fauzi, F., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55–62.