

# Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang)

Ika Suhaimin Putri

Program Studi Manajemen, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng

## Informasi Artikel

Received: 10 Agustus 2021  
Revision: 27 Agustus 2021  
Accepted: 30 Agustus 2021

## Kata kunci:

Harga; Kualitas Pelayanan;  
Kepuasan Pelanggan

## \*Korespondensi

[ikasuhaiminp.99@gmail.com](mailto:ikasuhaiminp.99@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Obyek dari penelitian ini adalah Mahasiswa program studi manajemen angkatan 2017 Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang. Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling terhadap 40 orang mahasiswa/mahasiswi program studi manajemen angkatan 2017 Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna marketplace Shopee. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna marketplace Shopee

## How to Cite

Putri, I. S. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang). BIMA : Journal of Business and Innovation Management, 5(1), 102–107. <https://doi.org/10.33752/bima.v5i1.480>

## PENDAHULUAN

Jarak dan waktu bukan lagi menjadi masalah karena adanya perkembangan teknologi dan internet. Perkembangan ini tidak hanya terjadi pada satu bidang saja, namun terjadi di semua segi kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi sangat membantu aktivitas operasional sektor bisnis dan pemerintahan. Saat ini internet tidak terbatas hanya pada pemanfaat informasi yang dapat di akses melalui satu media melainkan dapat juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi melalui marketplace yang merupakan jaringann bisnis yang luas serta tidak tebatas oleh tempat dan waktu. Marketplace tersebut bisa digunakan untuk melakukan pemesanan kebutuhan melalui aplikasi online atau belanja online (Oktarini, 2019).

Munculnya aktivitas jual beli online akan lebih memudahkan pelanggan dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli. Para pelanggan tidak perlu datang langsung ke toko, melainkan mereka hanya perlu mengunjungi situs yang dituju dan menentukan barang/jasa yang mereka butuhkan. Selain itu aktivitas jual beli online bertujuan untuk meningkatkan minat pembelian pelanggan yang didukung oleh teknologi canggih sehingga dapat menarik perhatian pelanggan baik dari gambar, warna, suara, bentuk, pelayanan dan ketersediaan yang dicari yang akhirnya memancing minat pelanggan untuk membeli produk/jasa dari situs online tersebut. Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia, hal ini berpengaruh dengan munculnya berbagai jenis e-commerce dan marketplace besar dengan modal yang fantasi bagi ukuran industri di Indonesia.

Kepuasan dinyatakan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dapat

diidentifikasi secara sederhana sebagai suatu situasi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan jangka panjang bagi suatu perusahaan, karena dengan memuaskan pelanggan perusahaan akan membuat perusahaan mampu bersaing atau mengungguli para pesaingnya. Dalam memasarkan produknya perusahaan akan selalu berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan lama ataupun baru. Oleh karena itu, keinginan dan kebutuhan pelanggan perlu diidentifikasi secara jelas oleh perusahaan, karena sebagai bagian dari pengembangan produk untuk melampaui harapan pelanggan. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya: kualitas pelayanan, kualitas pelayanan, emosi, harga, dan biaya. (Hamdani dan Zaman, 2017).

Saat ini, telah banyak muncul aplikasi belanja online yang cukup diminati seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan lain sebagainya. Hasil penelitian pendahuluan pada 63 mahasiswa di Surabaya menyatakan bahwa 93,7% lebih mengetahui aplikasi belanja online Shopee dan 84,1% diantaranya pernah berbelanja online dengan aplikasi tersebut. Dinyatakan bahwa Shopee mampu bersaing menjadi e-commerce yang paling diminati konsumen. Shopee merupakan situs belanja online yang mengalahkan Lazada dan Tokopedia di tahun 2019 (Tribunbisnis, 2019).

Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan sehingga memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan cermat harapan dan kebutuhannya yang akhirnya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesehatan pada perusahaan. Kualitas pelayanan yaitu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Sari, 2019). Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Aswad dkk, 2018). Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan lainnya. Shopee merupakan situs belanja online yang lebih fokus pada platform mobile marketplace pertama bagi pelanggan ke pelanggan (C2C) sehingga mempermudah orang berbelanja dan berjalan langsung dengan ponselnya.

Penggunaan internet semakin populer bagi generasi muda tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa dekat dan erat hubungannya dengan perkembangan teknologi, ilmu pengetahuan dan informasi. Berbagai kesempatan di lingkungan sosial mahasiswa prodi manajemen angkatan 2017 Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang sering kali memperbincangkan mengenai belanja online. Hal ini disebabkan karena mahasiswa Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang lebih tertarik kepada toko online dari pada toko offline, sebab toko offline yang ada di sekitar kampus terbatas sehingga keragaman produknya pun juga terbatas.

Berdasarkan pada uraian diatas, dampak belanja online di Shopee juga dirasakan oleh kaum pelajar terutama pada mahasiswa prodi manajemen angkatan 2017 Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang. Dengan adanya marketplace Shopee, mahasiswa lebih dimudahkan dan merasa puas dalam berbelanja tanpa harus datang ke toko. Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) menganalisis pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna Marketplace Shopee pada mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang; 2) menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Marketplace Shopee pada mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode kausalitas. Penelitian kuantitatif mengumpulkan data-data berbentuk angka numerik dan menerangkan suatu penelitian menggunakan analisis statistik. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara melakukan

wawancara dan menyebarkan kuisioner. Sampel penelitian berjumlah 40 responden dari populasi seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2017 Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang yang menggunakan marketplace Shopee dengan teknik sampling jenuh. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan prosedur uji asumsi klasik dan uji hipotesis menggunakan regresi linear berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini meliputi uji normalitas uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Hasil dari uji normalitas dilakukan dengan analisis grafik Probability Plot yang hasilnya menunjukkan bahwa data berdistribusi normal hal ini dapat dilihat dari gambar hasil olah data SPSS bahwa titik-titik menyebar disekitar dan mengikuti arah garis diagonal. Selain itu, juga dapat diketahui dari hasil analisis Kolmogorov Smirnov didapat hasil Asymp.sig lebih besar dari pada 0,05 yang artinya data sudah memenuhi syarat normalitas.

Hasil uji multikolinearitas dinilai berdasarkan besaran koefisien korelasi. Hasil perhitungan dilihat dari VIF yang menunjukkan hasil lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ) dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10 (tolerance  $> 0,10$ ). Maka, tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi antar variabel bebas (harga dan kualitas pelayanan).

Uji heteroskedastisitas melalui uji glejser dapat dilakukan dengan melihat probabilitas signifikansi variabel independen, karena nilai signifikansinya  $> 0.05$ , maka dapat disimpulkan model regresi penelitian ini tidak mengandung adanya heterokedastisitas.

Output regresi dalam penelitian ini dipaparkan dalam tabel 1. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,627 artinya variabel harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 62,7% sedangkan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Hasil output SPSS dalam tabel 1 dapat diketahui pengaruh variabel bebas harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan dengan uji t (parsial). Pengujian secara parsial dapat dilihat dari hasil uji t, apabila nilai probabilitasnya  $< 0,05$ ,  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berarti ada pengaruh yang signifikan.

Tabel 1 Hasil Uji t (Parsial)

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.044	2.715		1.490	.145
	Harga	.652	.173	.580	3.767	.001
	Kualitas Pelayanan	.737	.164	.646	4.483	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah SPSS, 2021

### Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel harga diperoleh nilai thitung = 3.767 dengan nilai signifikansi 0,001 ( $0,01 < 0,05$ ) Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabe harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dari hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa peningkatan nilai harga akan di ikuti oleh peningkatan nilai kepuasan pelanggan pengguna Marketplace Shopee pada mahasiswa program studi manajemen angkatan 2017 Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang. Hal ini mendukung hasil penelitian sebelumnya Lutfi dkk (2021) penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh

secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Variabel Kualitas pelayanan diperoleh  $t_{hitung} = 4.483$  dengan signifikansi  $0,000$  ( $0,00 < 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Skor rata-rata indikator tertinggi, yaitu fasilitas fisik, keandalan pelayanan dan kecepatan, kesiapan, kepastian dan kemudahan. Hasil dari distribusi jawaban responden menunjukkan bahwa skor tertinggi terdapat pada indikator fasilitas fisik yaitu sebesar 3,45. Sedangkan indikator terendah terdapat pada kepastian yaitu sebesar 2,95.

Hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna marketplace Shopee ini di dukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fauzi dkk (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna marketplace Shopee di fakultas ekonomi Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang. Sehingga  $H_2$  pada penelitian ini yang menyatakan diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna marketplace Shopee pada mahasiswa program studi manajemen angkatan 2017 Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang diterima.

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna marketplace Shopee pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang. Variabel kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aswad, Syaiful, Realize, dan Wangdra, Ronald. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Putera Batam*. Vol. 6, No. 2.
- Bougie, Roger dan Sekaran, Uma. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: pendekatan pengembangan dan keahlian*. Edisi Enam Buku Dua. Jakarta: Salemba Empat.
- Fauzy, Azmi. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda pada PT. Hamsan Tour and Travel. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol. 2 No. 2.
- Firatmadi, Agung. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal Of Business Studies*. Vol. 2 No. 2.
- Ghozali, Imam, (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Edisi ke Sembilan. Semarang.
- Hamdani, Nizar Alam dan Zaman, Maulida Agustianus. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pizza Express Jakarta. *Jurnal Wacana Ekonomi*. Vol. 16, No. 02.
- Handayani, Tati dan Fathoni, Muhammad Anwar. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Kotler, P. dan Kevin L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.

- Latifah, Nunuk, Widayani, Anna, dan Normawati, Rani Arifah. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E Commerce Shopee. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 14, No. 1.
- Lutfi, Mohammad, Arifin, Rois, dan Aisyah, Siti. (2021). Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Jemblung Coffee Ii Malang). *Jurnal Riset Manajemen*. Vol. 10, No. 12.
- Maramis, Freekley, Sepang, Jantje L, dan Soegoto, Agus Supandi. (2018). Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 6, No. 3.
- Munawir. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. *Jurnal Hukum Islam*. Vol. 4, No. 2.
- Ofela., Agustin. (2016). Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kebab kingabi. *Jurnal ilmu dan riset manajemen*. Vol.5, No 1
- Oktarini, Riri. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sekretari/Administrasi Perkantoran*. Vol. 6, No. 2.
- Rivai P, Agung Kresnamurti, Suneni, dan Febrilia, Ika. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 10, No. 1.
- Samhah, Hanifiyatun. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No. 12.
- Sari, Sylvia Permata. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Kue XYZ di Jakarta. *Jurnal Mahasiswi Program Studi Magister Manajemen*. Vol. 3 No. 4.
- Sari, Rini Kartika, Yulisetiari, Diah, dan Sudaryanto. (2016). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas pelayanan terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 10, No. 2.
- Sembiring, Icha. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mahasiswi Program Studi Administrasi Bisnis*. Vol. 6, No II.
- Sihombing, Iwan Kesuma dan Dewi, Ika Sari. (2019). *Pemasaran dan Manajemen Pasar*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sintya, Lumintang Intan, Lapian, S. L. H. V. Joyce, Dan Karuntu, Merlyn M. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 6, No. 3.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung. ALFABETA.
- Suryati, Lili. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Susanti, Deery Anzar. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan, dan Kualitas pelayanan Online terhadap Kepuasan Pelanggan Online Secara Syari'ah. *Jurnal Ilmiah Dosen*. Vol. 5, No. 2.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Wulandari, Zanualita Putri, Mulyati, Awin, Dan Tjahjono, Endro. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Marketplace Shopee). Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis. Vol. 6, No. 1.