

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 1, Nomor 4, Mei 2023, Halaman, 120-126
e-ISSN: 2986-6340
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7936256>

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Setelah Era *New Normal*

Marcel Valentino Maresyembun¹

¹Universitas Katolik Musi Charitas,

Jl. Bangau No.60, 9 Iir, Kec. Iir Tim. II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30114

Email: marcelvm6@gmail.com

Abstrak

Pada saat pandemi dan atau era *new normal* kebanyakan orang mulai dari anak muda hingga dewasa gencar melakukan belanja online melalui beberapa platform e-commerce hal ini terjadi karna pada saat pandemi di berlakukannya kebijakan PSBB (Pembatasan sosial berskala besar) sebagai upaya dari pemerintah untuk mencegah penyebaran virus *covid-19* (*Corona Virus Disease 2019*). Karna di berlakukannya PSBB tersebut, banyak toko baik di pasar atau mall di tutup sehingga, banyak orang mau tidak mau harus memenuhi kebutuhannya dengan melakukan belanja secara online demi kelangsungan kebutuhan saat PSBB. Penelitian ini di lakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan shopee setelah era *new normal*. Dari populasi masyarakat Indonesia yang pernah memakai aplikasi shopee, di ambil mahasiswa Universitas Katolik Musi Charitas sebagai populasi dan 100 orang sebagai sampel. Dari penelitian terdahulu, mengatakan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan variabel harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari data yang sudah di kumpulkan, data tersebut lalu di olah dan di uji validitas, reliabilitas, dan pengujian hipotesis. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan setelah era *new normal*. Variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 56,7% terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Di era saat ini semakin gencar orang melakukan belanja online yang bisa di lakukan dimana saja dan kapan saja. Pesatnya pertumbuhan terjadi dalam teknologi sebagai sebuah revolusi yang berlangsung dalam tiga gelombang yakni, gelombang satu, munculnya teknologi dalam pertanian, gelombang kedua munculnya teknologi industri dan gelombang tiga munculnya teknologi informasi yang mendorong perkembangan komunikasi (Moedjiono, 2016)

Pada saat pandemi dan atau era *new normal* kebanyakan orang mulai dari anak muda hingga dewasa gencar melakukan belanja *online* melalui beberapa platform *e-commerce* hal ini terjadi karna pada saat pandemi di berlakukannya kebijakan PSBB (Pembatasan sosial berskala besar) sebagai upaya dari pemerintah untuk mencegah penyebaran virus *covid-19* (*Corona Virus Disease 2019*). Karna di berlakukannya PSBB tersebut, banyak toko baik di pasar atau mall di tutup sehingga, banyak orang mau tidak mau harus memenuhi kebutuhannya dengan melakukan belanja secara *online* demi kelangsungan kebutuhan saat PSBB. Baru-baru ini, WHO atau *World Health Organization* menyatakan darurat *covid-19* berakhir. Yang dimana, tempat belanja seperti pasar dan mall sudah di

buka seperti sebelum PSBB. Tetapi, setelah PSBB yang terjadi, kebanyakan orang mulai terbiasa dengan melakukan belanja online, yang dimana bisa dimana saja dan kapan saja. Salah satu platform *e-commerce* yang melejit tinggi sejak PSBB adalah Shopee.

Shopee sendiri di dirikan pada 5 Februari 2015. Shopee terus melakukan pengembangan sesuai keinginan kebanyakan konsumen. Sehingga, pengunjung situs shoppe atau bahkan aplikasinya sangat sering di kunjungi. Bagi Shopee kenyamanan konsumen adalah nomor satu sehingga, para konsumen lebih mudah dalam urusan berbelanja, sehingga tidak perlu mendatangi *store* nya langsung tetapi para konsumen hanya perlu memilih melalui foto dan memesan produk tersebut, setelah metode pembayaran di pilih maka barang yang anda pesan akan sampai dengan cepat ada yang 1 hari sampai s.d 1 minggu sudah sampai. Maka dari itu, sebelum melakukan pemesanan produk, orang-orang cenderung melihat penilaian pelanggan terdahulu pada penilaian produk.

Biasanya, semakin bagus penilaian produk tersebut dan baik-nya rating yang di berikan sangat mempengaruhi minat belanja orang setelah era *new normal* ini. Kualitas produk, harga, dan pelayanan mempengaruhi penilaian kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas produk dengan harga yang sesuai barang yang di jual dan pelayanan dari penjual yang sangat baik, maka akan mendapat nilai yang baik sebagai referensi pelanggan lain akan melakukan pembelian barang tersebut. Dan sebaliknya, jika hanya salah satu yang baik, maka akan mempengaruhi penilaian produk tersebut.

Penelitian terdahulu (Zanualita Wulandari, 2020) mendapat hasil bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada market place Shopee. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada market place Shopee. Dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada market place Shopee. Penelitian lain (Sabda & Mediti, 2020) juga mendapatkan hasil Variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee dan variabel kualitas layanan elektronik juga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee.

Dari penelitian terdahulu, maka dari itu, penelitian ini di lakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan shopee setelah era *new normal*.

METODE

Data yang di pakai pada penelitian ini adalah Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Pramiyati et al., 2017) . Dimana data yang akan saya ambil adalah data yang pertama kali di kumpulkan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner yang disebar secara online melalui google form dan untuk mengukur variabel dependen dan independen dari jawaban responden digunakan skala likert's yang berisi 5 tingkat jawaban. Menurut Sugiyono (2020:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Syarifuddin et al., 2021). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah berbelanja menggunakan aplikasi Shopee.

Dalam penentuan sampel, Roscoe dalam buku Sugiyono (2020:143) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500 (Repi. P.M, Mangindaan. V, 2021). Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Katolik Musi Charitas sebanyak 100 responden dengan Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling* yang dimana teknik

pengambilan sampelnya dengan random atau acak sebanyak 100 responden. Metode ini memberikan seluruh anggota populasi kemungkinan (*probability*) atau kesempatan yang sama untuk menjadi sampel terpilih. Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2020:133) mengemukakan bahwa teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Maharani et al., 2018). Kriteria sampel dalam penelitian ini, yaitu Pernah berbelanja di *store* Shopee.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y) sedangkan Variabel Independen adalah Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan (X) .

Menurut Sugiyono (2020:206), dalam penelitian kuantitatif analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (K. Arisanti, A. Santoso, 2019) . Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan dianalisis dan diawali dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan pengujian hipotesis. Teknik analisis data penelitian ini yaitu metode analisis statistik dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23. Dari judul dan variabel yang ada, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 :Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee setelah era *new normal*

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan perusahaan untuk diperhatikan, diminta, digunakan oleh konsumen. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller, 2009: 144, Kepuasan tergantung oleh kualitas produk perusahaan, karena jika semakin tinggi tingkat kualitas produk maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan (Lumban et al., 2016). Konsumen menginginkan produk yang diterimanya sesuai dengan harapan yang dirasakan sehingga, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

H2 : Harga produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee setelah era *new normal*

Harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan juga merupakan faktor penting dalam penjualan. Menurut Lupiyoadi (2013:136), harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Bagi perusahaan, dalam menetapkan harga harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar para konsumen bisa membeli barang tersebut. Dan bagi konsumen, harga adalah suatu pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam membeli suatu barang dan juga merupakan persepsi mengenai produk tersebut (Yuliyana & Febriyani, 2018) .Semakin harga tersebut sesuai di kantong konsumen, maka konsumen akan puas, sehingga, Harga Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee setelah era *new normal*

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2007), yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap (Panjaitan & Yuliati, 2016). Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi sehingga, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Tabel 1. Uji validitas

Variabel	No	R Hit.	R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk	PR1	0,731	0,1638	Valid
	PR2	0,586	0,1638	Valid
	PR3	0,458	0,1638	Valid
	PR4	0,609	0,1638	Valid
	PR5	0,572	0,1638	Valid
	PR6	0,586	0,1638	Valid
	PR7	0,678	0,1638	Valid
	PR8	0,712	0,1638	Valid
Harga	H1	0,708	0,1638	Valid
	H2	0,797	0,1638	Valid
	H3	0,781	0,1638	Valid
	H4	0,781	0,1638	Valid
Kualitas Pelayanan	PY1	0,630	0,1638	Valid
	PY2	0,699	0,1638	Valid
	PY3	0,718	0,1638	Valid
	PY4	0,702	0,1638	Valid
	PY5	0,364	0,1638	Valid
Kepuasan Pelanggan	KP1	0,689	0,1638	Valid
	KP2	0,489	0,1638	Valid
	KP3	0,649	0,1638	Valid
	KP4	0,691	0,1638	Valid
	KP5	0,719	0,1638	Valid

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan, tiap item pertanyaan dari masing-masing variabel mendapatkan hasil r hitung $>$ r tabel, maka dapat disimpulkan semua item pertanyaannya valid.

Tabel 2. Uji reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	R Kritis	Keterangan
PR	0,767	0,6	Reliabel
H	0,767	0,6	Reliabel
PY	0,624	0,6	Reliabel
KP	0,650	0,6	Reliabel

Berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan, tiap variabel dependen dan independen mendapatkan hasil koefisien reliabilitas $>$ r kritis, maka dapat disimpulkan semua variabelnya reliabel.

Tabel 3. Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	5.373	0
Total PR	2.794	0
Total H	2.112	0
Total PY	6.014	0

Menggunakan rumus

$$T \text{ tabel} = (\text{Sig}/2, N-K)$$

$$T \text{ tabel} = (0,05/2, 100-4) = 1,984$$

$$T \text{ tabel} = 1,984$$

Jadi,

1. Untuk X1, $2,794 > 1,984$ maka H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya variabel X1 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
2. Untuk X2, $2,112 > 1,984$ maka H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya variabel X2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
3. Untuk X3, $6,014 > 1,984$ maka H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya variabel X3 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Tabel 4. Uji f

Model	F	Sig.
Regression	44.161	.000

$$\begin{aligned} dfN2 &= n \text{ sampel} - n \text{ variabel bebas} - 1 \\ &= 100 - 3 - 1 \\ &= 96 \end{aligned}$$

Diketahui nilai Fhitung sebesar 44,161 dan Ftabel sebesar 2,70. $44,161 > 2,70$ maka H0 ditolak H1 diterima dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya variabel X secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Tabel 5. Uji koefisien determinasi (R2)

Model	Adjusted R Square
1	.567

Berdasarkan uji koefisien determinasi (R2) yang telah dilakukan, Variable independent (Kualitas produk, Harga, dan Kualitas pelayan) berpengaruh sebesar 56,7% (Tabel Adjusted R Square) terhadap variabel dependent (Kepuasan Pelanggan) sisanya 43,3% di pengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada marketplace Shopee

Bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan karena pemilik produk adalah seller/penjual langsung di urus atau di kendalikan oleh Shopee.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada marketplace Shopee

Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan adanya harga produk yang ditawarkan oleh marketplace Shopee dengan jenis barang dan merek yang sama lebih murah harga pada marketplace lain, sehingga banyak konsumen yang memilih menggunakan marketplace Shopee dari pada marketplace yang lain.

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada marketplace Shopee

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan karena marketplace Shopee mampu memberikan pelayanan yang akurat mengenai informasi produk dan memberikan respon keluhan secara cepat dan tanggap, memberikan jaminan pengembalian barang atau dana ketika terjadi kesalahan pada barang yang di kirim. Maka dari itu diharapkan agar marketplace Shopee tetap mempertahankannya agar konsumen merasa nyaman dan setia menggunakan marketplace Shopee.

DAMPAK

1. Dampak Teoritis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga, Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

- a. Kualitas Produk yang di pasarkan oleh Shopee mempengaruhi secara signifikan Kepuasan pelanggan, maka diharapkan Shopee memasarkan produk yang berkualitas agar membuat pelanggan puas karna berbelanja di Shopee.
- b. Harga yang di tetapkan oleh Shopee mempengaruhi secara signifikan Kepuasan pelanggan, maka diharapkan Shopee memasarkan produk yang memiliki harga terjangkau atau memberi diskon agar membuat pelanggan puas berbelanja di Shopee.
- c. Kualitas pelayanan yang di berikan oleh Shopee mempengaruhi secara signifikan Kepuasan Pelanggan, maka diharapkan Shopee memberi pelayanan yang baik kepada konsumen berupa feedback dari permasalahan atau pertanyaan yang di lontarkan oleh pelanggan agar membuat pelanggan puas berbelanja di Shopee.

2. Dampak Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai salah satu pedoman bagi shopee atau *e-commerce* lainnya. Memasarkan produk yang berkualitas, mematoknya dengan harga yang sesuai atau memberi *diskon* pada produk yang di pasarkan dan memberi pelayanan yang *fast respon* tentunya akan menyebabkan pelanggan puas berbelanja menggunakan shopee .

KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang telah di lakukan, mendapatkan hasil bahwa variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan, berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan, sehingga dapat di simpulkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas prouk, harga dan kualitas pelayanan pada *store* shopee, maka akan memberi dampak terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. Tentunya saat ini setelah era *new normal*, semakin orang banyak melakukan belanja *online* yang bisa di lakukan dimana saja dan kapan saja dengan memperhatikan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang di berikan oleh shopee. Maka, demi mendapatkan kepuasan pelanggan, shopee harus memperhatikan banyak hal contohnya kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan demi mendapat kepuasan pelanggan. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lain di luar kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan untuk menunjukkan hal lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan hasil penelitian ini bisa dijadikan acuan shopee dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ketika berbelanja menggunakan shopee.

Referensi

K. Arisanti, A. Santoso, S. W. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, Dan

- Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Divisi Penjualan Pt Rembaca. *Agora*, 7(1), 101–118. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8153>
- Lumban, A., Kadarisman, G., & Sunarti, H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Tahun Akademik 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Menggunakan Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 38(1).
- Maharani, S., Bernard, M., Pendidikan Matematika dan Sains, F., & Siliwangi Bandung, I. (2018). Analisis Hubungan Resiliensi Matematik Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Siswa Pada Materi Lingkaran. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)*, 1(5), 819–826. <https://doi.org/10.22460/JPMI.V1I5.P819-826>
- Moedjiono, M. (2016). Cloud Computing: Gelombang Informatisasi Layanan Dunia Bisnis Masa DepaN. *Telematika MKOM*, 2(2), 79–87. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/telematika/article/view/165>
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265–289. <https://doi.org/10.19166/DEREMA.V11I2.197>
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679–686. <https://doi.org/10.24176/SIMET.V8I2.1574>
- Repi. P.M, Mangindaan. V, K. D. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji di KFC Tomohon. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(2), 2013–2015. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/34253>
- Sabda, O. C., & Mediti, P. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1290–1300. <https://doi.org/10.26740/JIM.V8N4.P1290-1300>
- SYARIFUDDIN, S., ILYAS, J. B., & SANI, A. (2021). Pengaruh Persepsi Pendidikan & Pelatihan Sumber Daya Manusia Pada Kantor Dinas Dikota MakassarR. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 1(2). <https://doi.org/10.37531/BIEMR.V1I2.102>
- Yuliyana, W., & Febriyani, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Minat Beli Penumpang Bus Damri Unit Angkutan Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 19–28. <https://doi.org/10.37058/JEM.V4I1.691>
- Zanualita Wulandari. (2020, August 6). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Marketplace Shopee) | *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*. <http://Jurnal.Untag-Sby.Ac.Id/>. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/4062>