
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Shopee di Kota Tasikmalaya)

Via Octaviani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

E-mail: viaoctavni@gmail.com

Article History:

Received: 25 September 2022

Revised: 09 Oktober 2022

Accepted: 10 Oktober 2022

Keywords: *Service Quality, Product Attributes, Satisfaction*

Abstract: *This study aims to determine the simultaneous and partial effect of Service Quality and Product Attributes on Consumer Satisfaction (Survey of Shopee consumers in Tasikmalaya City). The research method used in this study is a quantitative research method with a survey approach. The sampling technique used is incidental sampling and the sample taken is 100 respondents. The analytical tool used is multiple regression equation. The results showed that Service Quality and Product Attributes simultaneously had a significant effect on Shopee consumer satisfaction in the City of Tasikmalaya. Service quality partially has a significant effect on Shopee consumer satisfaction in Tasikmalaya City. Product attributes partially have a significant effect on Shopee consumer satisfaction in Tasikmalaya City.*

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, atribut produk dapat menarik minat setiap pembeli. Pembeli akan dihadapkan dengan pilihan-pilihan atribut produk misalnya kualitas produk, merek, label, kemasan, dan pelayanan pendukung. Misalnya dalam menjaga kualitas produk melalui kemasan yang melindungi produknya mulai dari penjual hingga ke pembeli. Selain itu juga menjaga pelayanan pendukung lainnya, misalnya garansi produk. Fungsi garansi produk ini apabila ada produk yang tidak sesuai pesanan maka produk tersebut bisa dikembalikan atau ditukarkan, karena setiap pembelian produk di Shopee memiliki masa garansinya. Tidak hanya garansi produk, ada juga pengembalian dana. Fungsinya bila pembeli tidak jadi membeli suatu produk atau kelebihan disaat transaksi maka uang akan dikembalikan, biasanya uang yang dikembalikan tidak berupa uang *cash* melainkan berupa saldo ShopeePay. Karena atribut produk yang baik akan memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap pembeli yang dapat menunjang suatu perusahaan agar bisa bertahan dalam persaingan.

perusahaan agar bisa bertahan dalam persaingan.

Selain mempertahankan kualitas produk dan pelayanan pendukung, Shopee juga menjaga kualitas pelayanannya. Misalnya keluhan setiap penjual atau pembeli bisa langsung terhubung ke *customer service* nya. Jika Shopee memberikan pelayanan yang baik dan tepat kepada pembeli, maka Shopee akan memiliki persepsi yang baik dimata penjual atau pembeli. Apabila kualitas pelayanan dan atribut produk sesuai dengan harapan penjual atau pembeli maka akan merasa puas dan tidak membanding-bandingkan dengan perusahaan lain.

LANDASAN TEORI

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:268) definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Atribut Produk

Menurut Nugroho (2015:2) atribut produk merupakan suatu bentuk komponen, sifat rancangan, serta unsur lainnya yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian produk.

Pengertian Kepuasan

Setyo dan Rahmawati (2015:29) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai evaluasi keseluruhan dari pengalaman yang dirasakan oleh pengguna sistem dan dampak potensial dalam menggunakan sistem informasi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan metode kausalitas dan pendekatan survei. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan beberapa prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran) dan lebih memusatkan perhatian pada gejala-gejala atau fenomena-fenomena yang mempunyai karakteristik tertentu dalam kehidupan manusia, yang dinamakan sebagai variabel (I Made Laut, 2020:12).

Penelitian kausalitas adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana akibat yang ditimbulkan dari perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2012:59).

Sedangkan metode survei adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial ekonomi/politik dari suatu kelompok atau terhadap keadaan dan praktek yang sedang berlangsung (Mochammad Nazir, 2011:58).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk terhadap Kepuasan pengguna aplikasi Shopee, penulis menyebarkan kuesioner untuk 100 konsumen. Dimana terhadap hasil jawaban kuesioner tersebut telah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Dan hasilnya dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan variabel X1, X2 dan Y dapat dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha sebesar 0,616 , 0,702 , dan 0,656 lebih besar dari batas normal 0,60 jadi dapat dinyatakan valid dan reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Dari output yang didapat dari hasil pengujian menggunakan SPSS versi 25 menggunakan uji statistic *K-S* yang terlampir pada didapatkan hasil nilai signifikan atas *Monte Carlo Sig(2-tailed)* sebesar 0,056 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas terdistribusi normal.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar yang terlampir pada dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas

Hasil Uji Multikolinearitas

Dari hasil pengujian SPSS versi 25 variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai VIF $1,083 < 10$ dan Atribut Produk menunjukkan nilai VIF $1,083 < 10$, dan *tolerance* variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai $0,923 > 0,10$ dan *tolerance* Atribut Produk menunjukkan nilai $0,923 > 0,10$ sehingga dapat disimpulkan penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

Hasil Uji Autokolerasi

Dari hasil pengujian SPSS versi 25 yang terlampir pada kolom Durbin-Watson (D-W) didapat nilai d sebesar 2,091, pembandingan menggunakan nilai signifikan 5% jumlah data 100 (n), dan jumlah variabel independen 2 ($k=2$). Dari tabel Durbin Watson diperoleh nilai d_l sebesar 1,633 dan d_u sebesar 1,715, ($4 - d_l = 4 - 1,633 = 2,367$) ($4 - d_u = 4 - 1,715 = 2,285$). Hasil pengujiannya adalah $d < d < 4 - d_u$ ($1,715 < 2,091 < 2,285$) maka pengujiannya tidak ada korelasi positif maupun negatif.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk secara Simultan terhadap Kepuasan pengguna aplikasi Shopee di Kota tasikmalaya

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh kualitas pelayanan dan atribut produk secara simultan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya dilakukan uji F. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 25 diperoleh nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Demikian Tolak H_0 (Terima H_a). Hal ini berarti Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dan variabel yang paling dominan mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen yaitu variabel Kualitas Pelayanan. Artinya, semakin baik Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk maka Kepuasan Konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya akan semakin meningkat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 25 diperoleh nilai koefisien kolerasi parsial antara Kualitas Pelayanan (X_1) dengan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,710 yang menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara Kualitas Pelayanan (X_1) dengan Kepuasan Konsumen (Y). Nilai kolerasi tersebut mengandung arti bahwa peningkatan Kualitas Pelayanan (X_1) meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y). Maka besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara parsial adalah sebesar 50,4% [$K_d = (0,710)^2 \times 100\%$].

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya dilakukan uji t . Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 25 pada diperoleh nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak atau H_a diterima, yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya, Shopee mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan, membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dalam menjalin hubungan komunikasi. Semakin baik suatu pelayanan perusahaan kepada konsumen, maka Kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

Pengaruh Atribut Produk Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 25 diperoleh nilai koefisien korelasi parsial antara Atribut Produk (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,395 yang menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara Atribut Produk (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y). Nilai korelasi tersebut mengandung arti bahwa peningkatan Atribut Produk (X2) meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y). Maka besar pengaruh Atribut Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara parsial adalah sebesar 15,6% [$Kd = (0,395)^2 \times 100\%$].

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh Atribut Produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Tasikmalaya dilakukan uji t. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 25 diperoleh nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak atau H_a diterima, yang berarti bahwa Atribut Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya, Shopee mampu memberikan kualitas produk yang baik, fitur produk yang mampu membantu setiap kebutuhan konsumen dan *packaging* yang bisa melindungi produk dari kerusakan. Semakin baik Atribut Produk maka Kepuasan Konsumen akan semakin meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang diselaraskan dengan permasalahan yang diteliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan pada aplikasi Shopee berada pada klasifikasi baik, hal ini berarti Kualitas Pelayanan Shopee berada ditingkat baik. Selain itu Atribut Produk pada aplikasi Shopee berada pada klasifikasi baik, hal ini berarti Atribut Produk Shopee berada ditingkat baik. Dan Kepuasan Konsumen pada pengguna aplikasi Shopee berada pada klasifikasi baik, hal ini berarti Kepuasan Konsumen berada ditingkat baik.
2. Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen dapat dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk.
3. Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Astuti, Dewi Dan Salisah, Febi Nur. "Analisis Kualitas Layanan *E-Commerce* Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *E-Servqual* (Studi Kasus: Lejel Home Shopping Pekanbaru)". Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi, Vol. 2, No. 1. e-ISSN 2502-8995 p-ISSN 2460-8181.
- Blischke, W.R., Karim, M.R., Dan Murthy, D.N.P., 2011. Warrant Data Collection and Analysis, Spinger London Dordrecht Heidelberg, New York.
- Dekeng Setyo dan Dessy Ari Rahmawati. 2015. Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kualitas Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Serta Kinerja Pengguna Sistem Informasi. Efektif Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol.6, No 1, Juni 2015, 47-59
- Fandy Tjiptono Dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Qualiti & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Halima Tussyakdiah S. 2020. “Pengaruh Harga dan Garansi *Lifetime* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Tupperware* Pada Desma *Tupperware* Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Ditinjau Dari Ekonomi Syariah”.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, Albert. 2014. Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0). Bandung: Alfabeta.
- Kusumadewi, R. N. 2015. Pengaruh Periklanan Komersil dengan Konsep AIDA terhadap Keputusan Pembelian pada Media Radio Radika 100,3 Fm Majalengka. MAKSI, 2(2), 102-122.
- Lubis, Alfi Syahri Dan Andayani , Nur Rahmah. “Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. *Sucofindo* Batam”. *Journal Of Business Administration* Vol 1, No 2, E-Issn:2548-9909 Hlm. 232-243. September 2017.
- Mochammad Nazir. 2011. Metode Penelitian. Cetakan 6. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Nikolaus Duli. 2019. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS.
- Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Marketing Management 9e Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol (Jakarta: Gramedia, 2011), 98.
- Priyatno, D. 2013. Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.
- Shafayet Ullah, G.M. 2011. Effect of Warranty on Purchase Decision of Electronic Products: An Empirical Research from the Perspective of Bangladesh. *Industrial Engineering Letters*. ISSN 2225-0581, 1(1) pp:11- 25.