

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Toko Online Bobby Bakery)

Julia Amelia Putri¹, Wahyu Nurul Faroh²

¹²Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
Email: ameliaputri1720@gmail.com, dosen01061@unpam.ac.id

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima 14 Agustus 2023 Disetujui 15 Agustus 2023 Diterbitkan 01 September 2023</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi shopee. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Toko Online Bobby Bakery di aplikasi shopee. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sumber data populasi pada penelitian ini sebanyak 2.159. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 96 orang dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan mengacu pada skala <i>likert</i>. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai uji hipotesis parsial diperoleh $t_{hitung} 17,614 > t_{tabel} 1,661$ atau nilai Sig $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan secara parsial. Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai uji hipotesis parsial diperoleh $t_{hitung} 12,037 > t_{tabel} 1,661$ atau nilai Sig $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh kepada kepuasan pelanggan secara parsial. Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai uji hipotesis simultan diperoleh $F_{hitung} 158,116 > F_{tabel} 3,09$ atau nilai Sig $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara simultan</p>
<p>DOI: 10.32493/jism.v3i3</p>	<p>ABSTRACT</p>
<p>Keywords: Service Quality, Price Customer Satisfaction</p>	<p><i>This study aims to analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction in shopee application users. This research was conducted on Bobby Bakery Online Shop customers in the shopee application. This type of research uses quantitative methods. Population data sources in this study were 2,159. The sampling technique used was using the slovin formula with a total sample of 96 people and data collection was carried out using a questionnaire with reference to the Likert scale. The results of this study indicate that service quality has a significant positive effect on customer satisfaction with partial hypothesis test values obtained tcount 17.614 > ttable 1.661 or a Sig value of 0.000 < 0.05. It can be concluded that service quality has a partial effect on customer satisfaction. Price has a significant positive effect on customer satisfaction with the partial hypothesis test value obtained tcount 12.037</i></p>

> *t* table 1.661 or a Sig value of 0.000 < 0.05 it can be concluded that price has a partial effect on customer satisfaction. Service quality and price have a significant positive effect on customer satisfaction with simultaneous hypothesis test values obtained *F*count 158.116 > *F*table 3.09 or Sig value 0.000 < 0.05 it can be concluded that service quality and price affect customer satisfaction simultaneously.

How to cite: Putri, J.A., & Faroh, W.N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Toko Online Bobby Bakery) *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3(3). 637-650
doi:http://dx.doi.org/10.32493/jism.v3i3.33322



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2023 by author.

PENDAHULUAN

Penerapan teknologi sebagai penunjang strategi penjualan adalah E-commerce. E-commerce merupakan bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa, baik antara dua buah institusi atau organisasi yang disebut business to business (B2B) maupun antar institusi dengan konsumen langsung yang disebut business to customer (B2C). Di Indonesia sendiri, pertumbuhan pangsa pasar untuk ecommerce semakin meningkat. Hal itu terbukti dengan bertambahnya pengguna internet yang menjadi potensi besar bagi pemasar e-commerce (Susilawati Sumaa, 2021).

Perkembangan teknologi e-commerce memungkinkan konsumen atau masyarakat untuk membeli suatu produk atau jasa secara online melalui e-commerce. Disisi lain pertumbuhan yang pesat dari toko online telah mendorong persaingan antara penjual di e-commerce untuk menarik para pelanggan. Terdapat juga para pengusaha yang membuat toko online di Shopee untuk memasarkan produknya dan melakukan persaingan bisnis yang ketat. Salah satu toko online itu adalah toko online Bobby Bakery di Aplikasi Shopee.

Kualitas pelayanan dan harga merupakan salah satu hal penting untuk sebuah usaha/bisnis. Kepuasan pelanggan adalah suatu fungsi kedekatan antara ekspektasi seseorang dengan kinerja suatu produk atau jasa yang diharapkan. Jika kinerja suatu produk memuaskan suatu konsumen, tentunya konsumen tersebut akan loyal pada produk tersebut. Sebaliknya, jika kinerja suatu produk tidak dapat memberi kepuasan pada konsumen, maka konsumen tersebut akan merasa kecewa dan tentunya akan memutuskan hubungan dengan produk tersebut. Adapun indikator yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan menurut (Hartanto, 2022) yaitu: Re-purchase, adanya Word of mouth, Menciptakan Citra Merek, dan Menciptakan Keputusan Pembelian pada Perusahaan yang Sama. Berdasarkan fenomena tersebut peneliti melakukan pra survei melalui tiga aspek seperti kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan Pada Toko Online Bobby Bakery di Aplikasi Shopee

No.	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju	Jumlah Konsumen	Persentase	Ket
1.	Kognitif					
	Saya merasa puas menjadi pelanggan Toko Online Bobby Bakery	14	6	20	70%	Tidak Tercapai
2.	Afektif					
	Saya tetap memilih Toko Online Bobby Bakery untuk membeli produk roti dibanding kompetitor	12	8	20	60%	Tidak Tercapai

	lain					
3.	Konatif					
	Karyawan Toko Online Bobby Bakery di Aplikasi Shopee menerima komplain dengan baik dan jelas	16	4	20	80%	Tidak Tercapai
Total		42	18	60	70%	Tidak Tercapai

Berdasarkan pra survey yang diambil dari 20 pelanggan Toko Online Bobby Bakery di aplikasi shopee tabel 1.1 variabel Kepuasan Pelanggan pada Toko Online Bobby Bakery di Aplikasi Shopee, pada indikator Kognitif terdapat 6 orang tidak setuju dan 14 orang setuju atau 70%. Pada indikator Afektif terdapat 8 orang tidak setuju dan 12 orang setuju atau 60%. Pada indikator Konatif terdapat 4 orang tidak setuju dan 16 orang setuju atau 80%. Dapat disimpulkan bahwa dari semua indikator masih tidak tercapai dari 100% tentu dalam toko online atau bisnis apapun ingin mendapatkan penilaian baik yang 100%. Pada indikator afektif memiliki persentase paling kecil.

Menurut Sanny Lonardi (2021) dalam penelitian, kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan dapat memberikan dorongan yang kuat, pada konsumen untuk membentuk suatu hubungan yang baik dengan badan usaha. Konsumen menilai suatu kualitas pelayanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu pelayanan tetapi juga harus memperhitungkan proses pemberian pelayanan tersebut.

Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi salah satu faktor pengukur tingkat kepuasan pelanggan. Harga adalah salah satunya indikator pembeda untuk pembeli dalam pemilihan produk dan jasa. Menurut Mediti (2020), sejumlah nilai atau uang untuk mendapatkan yang dibutuhkan kemistri dari product and service. harga menurut Mediti (2020) yaitu jumlah nilai atau uang yang dibayarkan atas barang ataupun jasa. Masih banyak pesaing yang memiliki harga lebih menarik sehingga menjadi perbandingan. Dapat dibandingkan jumlah produk yang terjual dikarenakan persaingan harga yang terjadi. Toko Online Bobby Bakery sendiri tentu memiliki pesaing yang harganya lebih menarik.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

Menurut Rikomah dalam (Sari, 2022) kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang terbaik yang dilakukan oleh orang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan bagi konsumen dan akan menciptakan loyalitas konsumen. Menurut Tjiptono dalam Wahyu Fathur Rohman (2021) merumuskan kualitas jasa atau pelayanan sebagai berikut: “Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Menurut Tjiptono dalam Wahyu Fathur Rohman (2021) mengungkapkan ada terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu:

1. Berwujud (*Tangible*)

yaitu berupa Penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.

2. Empati (*Empathy*)

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian

yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.

3. Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen Dengan cara keinginan para pegawai dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar, kesigapan para pegawai untuk ramah pada setiap konsumen, kesigapan para pegawai untuk bekerja sama dengan konsumen.

4. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten.

5. Kepastian (*Assurance*)

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Harga

Sumaa (2021:306) mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Sumaa (2021:306) menyatakan harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Lonardi (2021), terdapat empat indikator yang mencirikan harga, yaitu:

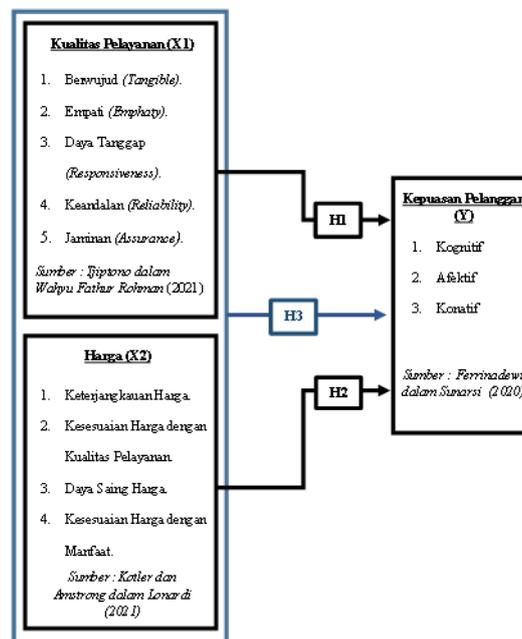
1. Keterjangkauan harga, harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Mereka akan mencari produk yang harganya dapat mereka jangkau.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak merasa keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik. Namun, konsumen lebih mengharapkan produk dengan harga lebih murah dan kualitas yang baik.
3. Daya saing harga, perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan produk yang dijual oleh pesaingnya agar produk dapat bersaing di pasar.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat, konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu fungsi kedekatan antara ekspektasi seseorang dengan kinerja suatu produk atau jasa yang diharapkan. Jika kinerja suatu produk memuaskan suatu konsumen, tentunya konsumen tersebut akan loyal pada produk tersebut. Sebaliknya, jika kinerja suatu produk tidak dapat memberi kepuasan pada konsumen, maka konsumen tersebut akan merasa kecewa dan tentunya akan memutuskan hubungan dengan produk tersebut. Adapun indikator yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan menurut teori Kotler dalam jurnal Prasetyo Hartanto (2022).

Menurut Ferrinadewi dalam (Sunarsi 2020) dalam model sikap terbentuk tiga komponen pembentuk sikap dalam kepuasan pelanggan yang terdiri dari komponen: kognitif, afektif, dan konatif.

1. Kognitif adalah pengetahuan dan persepsi pelanggan, yang diperoleh melalui pengalaman dengan suatu objek sikap dan informasi dari berbagai sumber. Pengetahuan dan persepsi ini biasanya berbentuk kepercayaan (belief), yaitu pelanggan mempercayai bahwa produk memiliki sejumlah atribut. Kognitif ini sering juga disebut sebagai pengetahuan dan kepercayaan pelanggan.
2. Afektif menggambarkan emosi dan perasaan pelanggan menunjukkan penilaian langsung dan umum terhadap suatu produk, apakah produk itu disukai atau tidak disukai; apakah produk itu baik atau buruk.
3. Konatif menunjukkan tindakan seseorang atau kecenderungan perilaku terhadap suatu objek, konatif berkaitan dengan tindakan atau perilaku yang akan dilakukan oleh seorang pelanggan (*likelihood or tendency*) dan sering juga disebut sebagai *intention*.



Gambar 2.1 kerangka berfikir

Pengembangan Hipotesis

- H1: Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Shopee di Toko Online Bobby Bakery.
- H2: Diduga terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Shopee di Toko Online Bobby Bakery.
- H3: Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Shopee di Toko Online Bobby Bakery.

METODE PENELITIAN

Tempat penelitian yang dilaksanakan Bobby Bakery yang beralamat di Jl. Surya Kencana No.41 B RT 001/RW 005 Pamulang Barat Kota Tangerang Selatan Banten. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah transaksi pada aplikasi Shopee di Toko Online Bobby Bakery periode tahun 2022 berjumlah 2.159 orang. Adapun kriteria responden yang digunakan dalam pemilihan sampel yaitu: Pernah membeli produk Toko Online Bobby Bakery di aplikasi Shopee. Responden memiliki data diri yang tertera. Jumlah sampel yang diperoleh dengan menggunakan rumus slovin adalah 96 orang. Dalam penulisan penilitan ini

menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan kuesioner tertutup, dimana responden diminta menjawab pertanyaan dan menjawab dengan memilih dari sejumlah alternatif jawaban yang disediakan. Dalam penelitian ini melakukan analisis data menggunakan uji deskriptif, uji instrument, uji asumsi klasik dan uji statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1 Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

No	Variabel Kualitas Pelayanan	Uji Validitas		
	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
1. Berwujud (Tangibles)				
1.	Penampilan foto produk yang dijual sesuai	0,750	0,2006	Valid
2.	Kualitas produk yang dijual baik dan sesuai dengan deskripsi	0,744	0,2006	Valid
2. Empati (Emphaty)				
3.	Karyawan dapat mengerti apa yang dibutuhkan pelanggan	0,802	0,2006	Valid
4.	Karyawan dapat memahami masalah/keluhan pelanggan dan dapat memberikan solusi atas masalah yang sedang dihadapi	0,763	0,2006	Valid
3. Daya Tanggap (Responsiveness)				
5.	Karyawan selalu memberikan respon dengan cepat terhadap pemesanan/keluhan pelanggan	0,766	0,2006	Valid
6.	Karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar	0,762	0,2006	Valid
4. Keandalan (Reliability)				
7.	Pelayanan yang sama kepada seluruh pelanggan tanpa membedakan	0,669	0,2006	Valid
8.	Karyawan selalu memberikan pelayanan yang baik dan tepat waktu sesuai yang dijanjikan kepada pelanggan	0,737	0,2006	Valid
5. Jaminan (Assurance)				
9.	Memberikan jaminan keamanan dan kelayakan produk sesuai dengan harapan pelanggan	0,755	0,2006	Valid
10.	Karyawan mampu memberikan jaminan atas keluhan pelanggan tentang produk yang baik	0,741	0,2006	Valid
Harga				
1. Keterjangkauan Harga				
1.	Harga yang ditawarkan terjangkau daya beli pelanggan	0,791	0,2006	Valid
2.	Harga produk di toko online Bobby Bakery lebih murah dari pada kompetitor lain di aplikasi Shopee	0,821	0,2006	Valid
2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Pelayanan				
3.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan	0,659	0,2006	Valid
4.	Toko online Bobby Bakery memberikan produk dengan kualitas yang baik dan harga yang murah	0,780	0,2006	Valid
3. Daya Saing Harga				
5.	Pelanggan merasa harga produk di toko online Bobby Bakery mampu bersaing dengan kompetitor di aplikasi Shopee	0,716	0,2006	Valid
6.	Daya saing harga produk di toko online Bobby Bakery lebih rendah dari kompetitor lain di aplikasi Shopee	0,808	0,2006	Valid
4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat				
7.	Harga produk di toko online Bobby Bakery sesuai dengan manfaat yang dirasakan pelanggan	0,709	0,2006	Valid
8.	Harga produk di toko online Bobby Bakery sesuai dengan hasil yang diinginkan	0,652	0,2006	Valid
Kepuasan				
1. Kognitif				
1.	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan dan harga di toko online Bobby Bakery	0,692	0,2006	Valid
2.	Saya merasa puas menjadi pelanggan toko online Bobby	0,664	0,2006	Valid

	Bakery			
3.	Saya merasa puas dengan respon dan kecepatan pelayanan karyawan toko online Bobby Bakery di aplikasi Shopee	0,674	0,2006	Valid
4.	Saya merasa puas dengan keramahan karyawan toko online Bobby Bakery di aplikasi Shopee	0,734	0,2006	Valid
2. Afektif				
5.	Saya merasa puas dengan karyawan toko online Bobby Bakery di aplikasi Shopee dalam pelayanan yang diharapkan	0,685	0,2006	Valid
6.	Saya merasa puas kinerja karyawan toko online Bobby Bakery di aplikasi Shopee sangat memuaskan	0,693	0,2006	Valid
7.	Saya tetap memilih toko online Bobby Bakery untuk membeli produk roti disbanding kompetitor lain	0,745	0,2006	Valid
8.	Saya berminat untuk membeli kembali karena sesuai dengan keinginan pelanggan	0,725	0,2006	Valid
3. Konatif				
9.	Saya akan menyatakan statement positif kepada kerabat dan keluarga tentang pelayanan dan harga toko online Bobby Bakery di aplikasi Shopee	0,682	0,2006	Valid
10.	Saya bersedia merekomendasikan toko online Bobby Bakery sebagai salah satu tempat penjualan roti kepada kerabat dan keluarga karena harga dan kualitas pelayanan yang diberikan sangat memuaskan	0,691	0,2006	Valid
11.	Karyawan toko online Bobby Bakery di aplikasi Shopee menerima komplain dengan baik dan jelas	0,489	0,2006	Valid
12.	Toko online Bobby Bakery di aplikasi Shopee menerima pengembalian produk dengan tanggap dan jelas sesuai ketentuan	0,495	0,2006	Valid

Sumber: Output SPSS 26.0 yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat disimpulkan semua variabel X1 X2 dan Y dari setiap butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keputusan
1	Kualitas Pelayanan (X ₁)	0.903	Sangat Reliabel
2	Harga (X ₂)	0.932	Sangat Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0.909	Sangat Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa masing-masing variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian, memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah sangat reliabel, sehingga semua butir pertanyaan dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.87355976
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.085
	Negative	-.086
Test Statistic		.086

Asymp. Sig. (2-tailed)	.077 ^c
------------------------	-------------------

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2023)

Dari hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diatas diperoleh hasil nilai *Asymptotik Significance* sebesar 0,106 artinya bahwa nilai tersebut $0,086 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a			Collinearity Statistic	
		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.581	2.151			
	Kualitas Pelayanan	.804	.098	.762	.287	3.489
	Harga	.165	.112	.136	.287	3.489

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2023)

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai VIF $3.489 < 10$, sedangkan tolerance $.287 > 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa data ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.216	1.302		1.703	.092
	Kualitas Pelayanan	-.036	.059	-.119	-.615	.540
	Harga	.048	.068	.137	710	.479

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2023)

Residual merupakan selisih antara nilai variabel X dengan nilai variabel Y, dan absolut merupakan nilai positif keseluruhan (Mardiatmoko 2020:335). Jadi jika nilai Sig $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada variabel kualitas pelayanan nilai Sig $0,540 > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada variabel harga nilai Sig $0,479 > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.879 ^a	.773	.768	2.90429	2.091

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan uji yang telah dilakukan maka didapatkan nilai uji *Durbin-Watson* sebesar 2,091. Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan d_L dan d_U . Nilai d_L merupakan nilai *Durbin-Watson Statistic Upper*. Nilai d_L dan d_U dapat dilihat dari tabel *Durbin-Watson* dengan $\alpha = 5\%$, n = jumlah data, K = jumlah variabel independent. Maka ditemukan nilai $d_L = 1,625$ dan nilai $d_U = 1,710$, $K=2$ dan $n=96$. Jadi dapat dihitung nilai $4 - d_L = 2,375$ dan $4 - d_U = 2,290$.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	11.581	2.151		5.384	.000
	Kualitas Pelayanan	.804	.098	.762	8.248	.000
	Harga	.165	.112	.136	1.468	.145

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = 11,581 + 0,804X_1 + 0,165X_2$$

Dari persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

- a. Konstanta (Constant)
 Pada persamaan diatas nilai konstanta adalah sebesar 11,581 yang berarti jika skor pada variabel kualitas pelayanan dan harga sama dengan nol maka kepuasan pelanggan akan sebesar 11,581.
- b. Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan
 Kualitas pelayanan pada persamaan diatas diperoleh sebesar 0,804 dengan nilai Sig. 0,000 yang berarti positif searah dan jika skor pada variabel kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat dan begitupun sebaliknya jika skor pada variabel kualitas pelayanan menurun maka kepuasan pelanggan akan menurun, dengan asumsi variabel lain sama dengan nol atau dalam keadaan konstan.
- c. Koefisien Regresi Harga
 Harga pada persamaan diatas diperoleh sebesar 0,165 dengan nilai Sig. 0,145 yang berarti positif searah dan jika skor pada variabel harga meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat dan begitupun sebaliknya jika skor pada variabel harga menurun maka kepuasan pelanggan akan menurun, dengan asumsi variabel lain sama dengan nol atau dalam keadaan konstan

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8 Koefisien Determinasi (X₁) Terhadap (Y)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.779 ^a	.606	.602	3.80132	1.815

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas didapatkan nilai R = 0,779 dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,606. Hal ini menunjukkan pengertian bahwa variabel kepuasan pelanggan toko online Bobby Bakery dipengaruhi variabel harga sebesar 60,6% sedangkan sisanya sebesar (100% - 60,6% = 39,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti oleh peneliti.

Tabel 9 Koefisien Determinasi (X₂) Terhadap (Y)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.879 ^a	.773	.768	2.90429	2.091

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, didapatkan nilai $R = 0,879$ dan koefisien determinasi (R Square) sebesar $0,773$. Hal ini menunjukkan pengertian bahwa variabel kepuasan pelanggan toko online Bobby Bakery dipengaruhi variabel kepuasan pelanggan dan harga sebesar $77,3\%$ sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 77,3\% = 22,7\%)$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Tabel 10 Koefisien Determinasi (X₁) dan (X₂) Terhadap (Y)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.879 ^a	.773	.768	2.90429	2.091

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, didapatkan nilai $R = 0,879$ dan koefisien determinasi (R Square) sebesar $0,773$. Hal ini menunjukkan pengertian bahwa variabel kepuasan pelanggan toko online Bobby Bakery dipengaruhi variabel kepuasan pelanggan dan harga sebesar $77,3\%$ sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 77,3\% = 22,7\%)$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 11 Uji t Parsial (X₁) Terhadap (Y)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	11.892	2.153		5.522	.000
	Kualitas Pelayanan	.925	.053	.876	17.614	.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2023)

Menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 17,614 > t_{tabel} 1,661$ atau nilai $Sig 0,000 < 0,05$ maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X₁) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) aplikasi Shopee di toko online Bobby Bakery

Tabel 12 Uji t Parsial (X₂) Terhadap (Y)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	19.466	2.522		7.719	.000
	Harga	.945	.079	.779	12.037	.000

menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 12,037 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai $Sig 0,000 < 0,05$ maka H_02 ditolak dan H_{a2} diterima, berdasarkan hasil tersebut dalam disimpulkan bahwa variabel harga (X₂) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) aplikasi Shopee di toko online Bobby Bakery.

Tabel 13 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2667.385	2	1333.693	158.116	.000 ^b
	Residual	784.448	93	8.435		
	Total	3451.833	95			

Dari hasil uji F dapat diperoleh nilai $F_{hitung} 158,116 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai $Sig 0,000^b < 0,05$ maka H_03 ditolak dan H_{a3} diterima, berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa

variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) aplikasi Shopee di toko online Bobby Bakery.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi, uji koefisien regresi kualitas pelayanan, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis parsial dapat disimpulkan bahwa, uji koefisien korelasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,876 berada pada interval dengan tingkat hubungan sangat kuat, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan sangat baik terhadap kepuasan pelanggan Toko Online Bobby Bakery. Uji koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar $Y = 11,581 + 0,804$ atau 80,4% pada nilai konstanta 0,000. Uji koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,767 menunjukkan pengertian bahwa variabel kepuasan pelanggan Toko Online Bobby Bakery dipengaruhi variabel kualitas pelayanan sebesar 76,7% sedangkan sisanya ($100\% - 76,7\% = 23,3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Uji hipotesis parsial kualitas pelayanan menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 17,614 > t_{tabel} 1,661$ atau nilai $Sig 0,000 < 0,05$ maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Shopee di toko online Bobby Bakery.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Hutapea, Lusiah, dan Edison Parulian (2022) menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi, uji koefisien regresi harga, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis parsial dapat disimpulkan bahwa, uji koefisien korelasi harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,779 berada pada interval tingkat hubungan yang kuat maka dapat disimpulkan bahwa harga berhubungan sangat baik terhadap kepuasan pelanggan Toko Online Bobby Bakery. Uji koefisien regresi harga sebesar $Y = 11,581 + 0,165$ atau 16,5% pada nilai konstanta 0,145. Uji koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,606 menunjukkan pengertian bahwa variabel kepuasan pelanggan Toko Online Bobby Bakery dipengaruhi variabel harga sebesar 60,6% sedangkan sisanya ($100\% - 60,6\% = 39,4\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Uji hipotesis parsial harga menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 12,037 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai $Sig 0,000 < 0,05$ maka H_02 ditolak dan H_{a2} diterima, berdasarkan hasil tersebut dalam disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Shopee di toko online Bobby Bakery.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Linardy Ricky (2019) penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi, uji regresi linear, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis simultan dapat disimpulkan bahwa, uji koefisien korelasi kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,879 berada pada interval dengan tingkat hubungan sangat kuat, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berhubungan sangat baik terhadap kepuasan pelanggan Toko Online Bobby Bakery. Persamaan regresi $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$ adalah $Y = 11,581 + 0,804X^1 + 0,165X^2$. Persamaan ini dapat disimpulkan sebagai berikut: Constant^a = 11,581 disimpulkan bahwa, jika tidak terjadi perubahan atau peningkatan variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) maka

variabel kepuasan pelanggan bernilai tetap sebesar 11,581 satuan. Koefisien regresi $b_{1x1} = 0,804$ disimpulkan bahwa, jika kualitas pelayanan meningkat satu-satuan maka akan menambah nilai variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,804 satuan. Koefisien regresi $b_{2x2} = 0,165$ disimpulkan bahwa, jika harga meningkat satu-satuan maka akan menambah nilai variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,165 satuan. Uji koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,773 menunjukkan pengertian bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan harga sebesar 77,3% sedangkan sisanya ($100\% - 77,3\% = 22,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Uji hipotesis simultan menunjukkan nilai bahwa $F_{hitung} 158,116 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai Sig $0,000 < 0,05$ maka H_{o3} ditolak dan H_{a3} diterima, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Toko Online Bobby Bakery.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Linardy Ricky (2019) penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan maka kesimpulan yang ingin penulis sampaikan yaitu:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai uji hipotesis parsial kualitas pelayanan menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 17,614 > t_{tabel} 1,661$ atau nilai Sig $0,000 < 0,05$ maka H_{o1} ditolak dan H_{a1} diterima, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai uji hipotesis parsial harga menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 12,037 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai Sig $0,000 < 0,05$ maka H_{o2} ditolak dan H_{a2} diterima, berdasarkan hasil tersebut dalam disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai uji hipotesis simultan menunjukkan nilai bahwa $F_{hitung} 158,116 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai Sig $0,000 < 0,05$ maka H_{o3} ditolak dan H_{a3} diterima, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan maka saran yang ingin penulis sampaikan yaitu:

1. Dari hasil jawaban kuesioner variabel kualitas pelayanan yang terdapat pada Toko Online Bobby Bakery di aplikasi Shopee diperoleh skor rata-rata sebesar 4,06 berada pada kategori Baik (rentang skala 3,40 – 4,19). Penulis menyarankan agar Toko Online Bobby Bakery lebih memperhatikan kualitas produk agar sesuai dengan deskripsi yang diberikan, memberikan respon dengan cepat terhadap pemesanan atau keluhan pelanggan dan dapat memahami masalah atau keluhan pelanggan serta memberikan solusi agar dapat meminimalisir keluhan yang terjadi pada kualitas pelayanan supaya lebih baik dan efektif.
2. Dari hasil jawaban kuesioner variabel harga yang terdapat pada Toko Online Bobby Bakery di aplikasi Shopee mendapatkan respon yang baik pada variabel harga diperoleh

skor rata-rata sebesar 3,94 berada pada kategori Baik (rentang skala 3,40 – 4,19). Penulis menyarankan agar Toko Online Bobby Bakery dapat memberikan harga lebih murah atau lebih bersaing dari kompetitor lain dan mampu memberikan kualitas produk yang terbaik dengan harga murah agar dapat meminimalisir keluhan pelanggan yang terjadi dan lebih mengoptimalkan harga terhadap kepuasan pelanggan supaya pelanggan dapat merasa puas saat melakukan pembelian di Toko Online Bobby Bakery di aplikasi Shopee.

3. Dari hasil jawaban kuesioner variabel kepuasan pelanggan yang terdapat pada Toko Online Bobby Bakery di aplikasi Shopee mendapatkan respon yang baik pada variabel kepuasan pelanggan diperoleh skor rata-rata sebesar 4,12 berada pada kategori Baik (rentang skala 3,40 – 4,19). Penulis menyarankan Toko Online Bobby Bakery untuk menerima komplain dengan baik agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan kepada seluruh pembeli dan mengoptimalkan secara efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi Pandi. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep Dan Indikator)*, Nusa Media, Yogyakarta.
- Faroh, Wahyu Nurul, & Nurul Zahri. "Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Mafati Inovasi Technology Pondok Cabe–Tangerang Selatan."
- Hartanto, Prasetyo, & Khuzaini Khuzaini. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)* 11.3.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Edisi 4. Bandung: Alfabeta.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lonardi, Sanny, Et Al. (2021). Peranan Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-Commerce Shopee Di Politeknik Cendana. *Journal of Business and Economics Research (Jbe)* 2.3: 80-85.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda). *Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 333-342.
- Mediti, Oktavianus Chrisna Murti Sabda Puta. "Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee." *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Sari, Sindi Kurnia, & Sonja Andarini. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Tokopedia Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Tokopedia Di Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 4(6): 1411-1422.
- Sugiyono. (2021), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Cv, Bandung.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 304-313.

- Sunarsi, Denok. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 21.1: 7-13.
- Suparyanto Dan Rosad. (2015). Manajemen Pemasaran. Bogor: In Media
- Supomo & Eti Nurhayati. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yrama Widya. Bandung.
- Tjiptono. F. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wahyu Fathur Rohman, Wahyu. (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing Maskapai Penerbangan (Studi Pada Maskapai Penerbangan Citilink). Diss. Sttkd Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta.