



ARTIKEL HASIL PENELITIAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ONLINE
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA TOKO YUIKAASHOP**

Rahmadany¹, Irma Mardian², Muhajirin³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

Email : trirahmadany.stiebima20@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
Kata Kunci: Kualitas pelayanan online, Kepuasan Pelanggan, Yuikaashop	Dalam memenuhi kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan menjadi landasan acuan konsumen untuk keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan online terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala likert. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah membeli online di Toko Yuikashop yang jumlahnya tidak di ketahui secara pasti (<i>unknown population</i>). Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Teknik pengumpulan data dengan observasi, kuesioner, dan study pustaka. Teknik analisa data dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear sederhana, uji determinasi, dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan online berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko Yuikashop. Oleh karena demikian toko Yuikashop perlu tetap menjaga kualitas pelayanan onlinenya agar pelanggan yang puas melakukan pembelian ulang.
Info Article	Abstract
Keywords: <i>Online Service Quality, Customer Satisfaction, Yuikashop</i>	<i>In Fulfilling Customer Satisfaction, Service Quality becomes a reference for consumers in making purchasing decisions. The aim of this research is to determine the effect of online service quality on customer satisfaction. The type of research is associative. The research instrument used a questionnaire with a Likert scale. The population used in this research is all consumers who have made online purchases at the Yuikashop Store, the number of which is not known for certain (unknown population). The number of samples used in this research was 50 respondents with a sampling technique, namely purposive sampling. Data collection techniques use observation, questionnaires and literature study. Data analysis techniques include validity tests, reliability tests, simple linear regression tests, determination tests, and t tests. The results of this research indicate that online service quality has a significant effect on customer satisfaction. Therefore, Yuikashop stores need to maintain the quality of their online services so that satisfied customers make repeat purchases.</i>

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih telah membawa perubahan pada masyarakat Indonesia, yaitu dengan adanya internet yang memungkinkan bagi seseorang

untuk melakukan komunikasi dengan pihak lain tanpa dibatasi waktu dan jarak. Hal ini juga yang kemudian memengaruhi gaya hidup masyarakat Indonesia dengan adanya trend belanja online. Kegiatan belanja online merupakan cara baru dalam melakukan transaksi. Dalam kegiatan ini pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung seperti halnya proses penjualan biasa. Efisiensi waktu dan juga efektifitas dalam proses transaksi merupakan hal yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan belanja online. Penjual akan menggunakan internet untuk menampilkan situs yang mereka miliki sebagai toko dengan segala produk yang ditawarkan kepada konsumen. Kemudian konsumen sebagai pembeli juga akan melihat dan memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan melalui situs yang ada. Remaja yang memiliki pengetahuan teknologi merupakan responden yang senang melakukan interaksi dengan komputer dan berkomunikasi dengan dunia maya (Siahaan 2018). Penelitian ini dapat dijadikan masukan dan evaluasi kinerja terkait kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepercayaan untuk mencapai kepuasan pelanggan pada penjualan online maupun offline. Adapun yang menjadi masalah dari system belanja online ialah cara pembayarannya beberapa toko ada yang menggunakan cara bayar transfer via mobile banking dan ada juga toko yang menyediakan system COD (*cash on delivery*).

Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik. Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kasmir (2017:47) Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:143) "kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan" Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwati (2017: 65) adalah sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
3. Jaminan (*assurances*), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.
4. Empati, yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen dalam bentuk perhatian pribadi dan kemudahan untuk melakukan komunikasi.
5. Produk fisik (*tangible*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

Menurut Fandy Tjiptono (2015:178), adapun yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Motivasi kerja karyawan

Karyawan yang memiliki motivasi kerja yang tinggi maka ia akan menampilkan

performance kerjanya yang terbaik yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

2. Sistem kerja dan sistem pelayanan perusahaan
Sistem kerja dan sistem pelayanan yang konsisten, fleksibel dan dinamis akan memudahkan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
3. Suasana kerja perusahaan
Suasana kerja yang kondusif dan nyaman diperlukan untuk mendukung karyawan dalam melayani pelanggan dengan pelayanan yang berkualitas.
4. Kemampuan kerja karyawan
Kemampuan kerja adalah kapasitas seseorang untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan yang terdiri dari kemampuan intelektual dan fisik.
5. Perlengkapan dan fasilitas
Perlengkapan dan fasilitas yang lengkap dapat mendukung pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan. Menurut Irawan (2021:54), dalam mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016), menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa. Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

Toko Yuikaashop adalah salah satu pusat outfit grosir yang menyediakan berbagai macam barang import yang lengkap dan juga murah di Kabupaten Bima tepatnya berada di desa Rabakodo Kecamatan Wohu, selain melakukan pelayanan langsung Yuikaashop juga menyediakan Pelayanan di media online dan tersedia di beberapa E-commerce. Pada toko Yuikaashop ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Permasalahan tentang kualitas Pelayanan adalah pelayanan online yang dilakukan oleh toko masih kurang optimal dan masih banyak pelanggan yang datang ke toko langsung karena di online shopnya lambat merespon pelanggan, serta belum menerapkan system bayar di tempat (*Cash on Delivery*).

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yaitu asosiatif, instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala likert. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah membeli di Toko Yuikaashop yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya (*unknown population*) jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden.. Teknik pengambilan Sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dalam penelitian ini dengan kriteria: 1. Pernah membeli online di toko Yuikaashop , 2) konsumen yang sudah berumur 17 tahun ke atas karena dianggap sudah mampu menjawab pertanyaan pada kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan observasi, kuesioner, dan study pustaka. Teknik Analisa data dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear sederhana, koefisien korelasi, uji determinasi, dan uji t,

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kuesioner

Variable	Item	Nilai R-hitung	Standar Validitas	Ket
Kualitas Pelayanan Online (X)	1	0,605	0,300	Valid
	2	0,728	0,300	Valid
	3	0,658	0,300	Valid
	4	0,721	0,300	Valid
	5	0,871	0,300	Valid
	6	0,789	0,300	Valid
	7	0,885	0,300	Valid
	8	0,689	0,300	Valid
	9	0,679	0,300	Valid
	10	0,797	0,300	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,620	0,300	Valid
	2	0,569	0,300	Valid
	3	0,657	0,300	Valid
	4	0,726	0,300	Valid
	5	0,617	0,300	Valid
	6	0,315	0,300	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan data hasil pengujian tingkat validitas terhadap setiap item pernyataan pada instrumen penelitian yang ditampilkan pada tabel 1 diatas, diketahui bahwa setiap pernyataan yang diajukan dalam penelitian pada variabel Kualitas Pelayanan Online (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan keseluruhan item pernyataan valid karena berada diatas standar validitas yaitu $\geq 0,300$.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Jumlah item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar	Ket
Kualitas Pelayanan Online	10	0,907	0,600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	6	0,613	0,600	Reliabel

Sumber :Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2 diatas, hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan item pernyataan pada variabel (X) dan kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai *cronbach's alpha* lebih dari standar yang ditetapkan yaitu 0,600 artinya semua item pernyataan dari kuisisioner dinyatakan reliabel atau akurat untuk digunakan dalam perhitungan penelitian.

3. Regresi Linear sederhana

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	17.737	1.637		10.838	.000
	kualitas pelayanan online	.159	.049	.426	3.262	.002

Sumber :Data Primer Diolah SPSS v26, 2024

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi sederhana:

$$Y = 17,737 + 0,159X + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 17,737 dapat diartikan apabila variabel kualitas pelayanan online dianggap nol, maka kepuasan pelanggan sebesar 17,737
- b. Nilai koefisien beta pada kualitas pelayanan online sebesar 0,159 artinya setiap perubahan variabel kualitas pelayanan online (X) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,159 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap.

5. Koefisien Korelasi dan Uji Determinasi

a). Koefisien Korelasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Kolerasi dan Uji Determinasi
Model Summary^b

Mode	R	Adjusted R	Std. Error	R Square	F
1	R	Square	of the	Change	Change
		Square	Estimate		
1	.426 ^a	.181	1.946	.181	10.642

Sumber :Data Primer Diolah SPSS v26, 2024

Dari hasil tersebut dapat diperoleh nilai R adalah sebesar 0,426. Hasil tersebut menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan online terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel 5 berikut hubungan antara kualitas pelayanan online terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,426 berada pada interval 0,40 – 0,599 dengan tingkat hubungan **Sedang**.

Tabel 5. Tingkat Hubungan Koefisien Korelasi

Interval Koofisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono 2016

b). Uji Determinasi

Berdasarkan tabel 4 diatas, menunjukkan terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan Online terhadap Kepuasan Pelanggan yang besarnya pengaruh ini dapat dinyatakan secara kuantitatif dengan pengujian koefisien determinasi lalu diperoleh nilai Koefisien Determinasi (*R Square*) sebesar 0,181 atau 18,1%, sedangkan sisanya 81,9 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Hasil Uji t

Tabel 6. Hasil Uji t

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.737	1.637		10.838	.000
KUALITAS PELAYANAN ONLINE	.159	.049	.426	3.262	.002

Sumber :Data Primer Diolah SPSS v26, 2024

Ho: $\mu = 0$: Diduga tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan online terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Yuikaashop

Ha: $\mu \neq 0$: diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan online terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Yuikaashop

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan online diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,262 dengan nilai t-tabel sebesar 2,010 ($3,262 > 2,010$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan online terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Yuikaashop, sehingga hipotesis yang menyatakan “diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan online terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Yuikashoop” **Diterima** (Ha Diterima dan Ho ditolak). Penelitian ini sama selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sutopo,2014) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan online terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api daop 4 Semarang.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas, penelitian ini menyimpulkan kualitas pelayanan online berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Yuikaashop. Oleh karena demikian Toko Yuikaashop perlu tetap mempertahankan eksistensinya dalam melayani pelanggan dengan baik secara online supaya terciptanya rasa nyaman para pelanggan sehingga akan terus melakukan pembelian secara berulang.

DAFTAR PUSTAKA

Arman Maulana (2019) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E- Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesiapada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee. Journal of Materials Processing Technology.
Bariroh, 2007. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Konsumen pada Minimarket Indomaret dan Minimarket Alfamart

- Buyung, (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Alfamart Todopuli Di Kota Makassar.
- Harun, H. I. 2013. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan KepuasanKonsumen Pada Mahasiswa Pengguna Game Pointblank. Jurnal Online Fakultas Psikologi/02/09/2014.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Inten Surya Utami, I., & Jatra, I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 4(7), 252117.
- Isnain, & Sutopo. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Reservation Ticket Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 11, 143–152. <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 193-212
- Rohansyah, M. (2019). Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Sakit Yogyakarta, Gawe
- Rewah, J. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Manado. *CogITO Smart Journal*, 2(2), 250–263. <https://doi.org/10.31154/cogito.v2i2.34.250-263>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Komninsi (Mixed Methos)*. Alfabeta. R&D. Alfabeta