

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
STUDI KASUS MARKETPLACE SHOPEE**

**Ummi Kalsum¹⁾, Bayu Sadewo²⁾, Cahaya Suri Lubis^{3)*}, Marisa Marpaung⁴⁾,
Izhar Ghifari⁵⁾, Frans Fanca Putra Lingga⁶⁾,
^{1,2,3,4,5,6)} Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan**

*E-mail: cahayasuriilubis@gmail.com

Abstrak

Shopee memiliki tingkat tertinggi pada *marketplace online* bukan tanpa alasan, banyak faktor yang membedakan shopee dengan *marketplace* lainnya. Shopee sudah menjadi tempat yang sangat terpercaya oleh masyarakat, bahkan beberapa *brand* ternama menggunakan *marketplace* Shopee untuk menjadi salah satu tempat jual beli *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh apakah produk dan layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *marketplace* Shopee. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif, dengan cara membagikan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, fitur dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan keputusan pembelian pada konsumen sangat berpengaruh, ini dapat dibuktikan pada tanggapan yang diberikan konsumen *marketplace* pada kuesioner yang telah disebarluaskan.

Kata Kunci: produk, kualitas layanan, keputusan konsumen

Abstract

Shopee has the highest level in the online marketplace not without reason, there are many factors that distinguish Shopee from other marketplaces. Shopee has become a very trusted place by the community, even some well-known brands use the shopee marketplace to become one of the places to buy and sell online. This study aims to determine how influential products and services are on consumer purchasing decisions in the Shopee marketplace. The research method used in this study is to use quantitative methods, by distributing questionnaires. The results showed that the products, features and quality of service on satisfaction and purchasing decisions for consumers were very influential, this can be proven in the responses given by marketplace consumers on the questionnaires that have been distributed.

Keywords : products, service quality, consumer decisions

PENDAHULUAN

Pada era teknologi yang berkembang pesat, masyarakat sangat berkaitan dengan informasi yang serba digital, dengan perkembangan digital saat ini, membuat masyarakat selalu mencari sesuatu serba praktis dan instan untuk memenuhi suatu kebutuhan sehari-hari, maupun keinginan.

Oleh sebab itu banyak situs online yang semakin berkembang, terutama pada situs *marketplace* shopee yang tinggal jual belinya sangat tinggi di Indonesia. Situs *marketplace* shopee sendiri mendapat 190,7 juta kunjungan dari Indonesia. Ada beberapa faktor yang membuat dan meyakinkan konsumen untuk terus menggunakan situs *marketplace* shopee salah satu faktor pendukung adalah

dengan produk dan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian mini riset ini yaitu kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020: 16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Penelitian ini menggunakan teknik responden konsumen yang menggunakan marketplace shopee. Waktu penyebaran kuesioner melalui Google Form kepada konsumen sebelum penelitian ini dilakukan.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini seluruh konsumen marketplace shopee. Populasi menurut Sugiyono (2017:215) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian data (Sugiyono, 2002) yang umum digunakan dalam suatu penelitian adalah observasi, wawancara dan kuisisioner. Pada penelitian ini menggunakan metode kuisisioner yang mana penelitian ini menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada semua konsumen yang menggunakan marketplace Shopee dengan pertanyaan seputar produk dan pelayanan.

Analisis Data

Analisis data menurut (Sujarweni, 2020:121) diartikan sebagai kumpulan data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada di dalam penelitian. Dengan skala pengukurannya yaitu skala Likert yang merupakan model skala paling banyak digunakan dalam penelitian mengukur pendapat, dan persepsi orang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Objek Penelitian

Menurut Supriati (2012 : 38) objek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh peneliti di tempat penelitian dilakukan. Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

Variabel Independen

Produk (H1)

Dengan keragaman fitur produk pada marketplace Shopee yang membuat konsumen bisa mengetahui fungsi produk sesuai dengan konsumen, membuat deskripsi tentang produk, kualitas yang dilihat pada marketplace shopee sesuai dengan sampainya barang,

Kualitas Pelayanan (H2)

Kualitas pelayanan pada marketplace sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen yaitu dengan respon yang sangat baik apabila adanya komplain, penanganan keluhan yang sangat baik, dan shopee selalu Memberikan notifikasi Ketika informasi terbaru.

Variabel Dependen

Kepuasan dan keputusan pembelian

Dengan kepuasan konsumen sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen dengan indikator keputusan pembelian marketplace shopee mampu menarik konsumen untuk memutuskan pembeliannya.

Hasil dan Pembahasan

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menyajikan informasi pengaruh variabel

produk dan kualitas pelayanan pada kepuasan dan keputusan pembelian konsumen marketplace shopee.

Analisis yang digunakan adalah tanggapan responden terhadap produk dan kualitas pelayanan pada marketplace shopee. Analisis data menggunakan data kuesioner yang diolah dengan hasil data SPSS.

Hasil Perhitungan Menggunakan Data SPSS Statistik Dengan Data Variabel Produk

Dari total data variabel pertanyaan mengenai produk dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa puas atas produk yang diberikan shopee terhadap konsumen dengan banyaknya pendapat yang **setuju** atas kepuasan terhadap produk.

Dari total data variabel pertanyaan mengenai pelayanan yang diberikan shopee dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan shopee terhadap konsumen dengan banyaknya pendapat yang **setuju** atas kepuasan pelayanan.

Dari data Y.1 bahwa konsumen lebih banyak memilih setuju bahwa Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh pada kepuasan dan keputusan pembelian konsumen dengan banyak responden 30 dengan mean histogram 3.86 menyatakan bahwa konsumen sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, Ghazali, (2018:51).

Gambar 1 Data Validitas

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total_X2	Y.1	Double	
X1.1	Pearson	1													
	Combination		.854	.770	.695	<.001	<.001	.819	.004	<.001	<.001	<.001	.933	.933	
	Sig. (2-tailed)		.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	
X1.2	Pearson		1												
	Combination			.851	.799	.498	.012	<.001	.124	.575	.019	.478	.044	.062	.022
	Sig. (2-tailed)			.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35
X1.3	Pearson			1											
	Combination				.821	.873	.718	.333	-.282	.459	.411	.470	.413	.538	.538
	Sig. (2-tailed)				.079	.269	.018	<.001	<.001	.081	.101	.006	.014	.004	<.001
X1.4	Pearson				1										
	Combination					.827	.683	-.218	.471	.820	.597	.568	.810	.810	
	Sig. (2-tailed)					.006	.408	.018	.004	.004	.175	<.001	.003	.003	
X1.5	Pearson					1									
	Combination						.827	.683	-.218	.471	.820	.597	.568	.810	
	Sig. (2-tailed)						.006	.408	.018	.004	.004	.175	<.001	.003	
Total_X1	Pearson						1								
	Combination							.827	.683	-.218	.471	.820	.597	.568	
	Sig. (2-tailed)							.006	.408	.018	.004	.004	.175	<.001	
X2.1	Pearson							1							
	Combination								.827	.683	-.218	.471	.820	.597	
	Sig. (2-tailed)								.006	.408	.018	.004	.004	.175	
X2.2	Pearson								1						
	Combination									.827	.683	-.218	.471	.820	
	Sig. (2-tailed)									.006	.408	.018	.004	.004	
X2.3	Pearson									1					
	Combination										.827	.683	-.218	.471	
	Sig. (2-tailed)										.006	.408	.018	.004	
X2.4	Pearson										1				
	Combination											.827	.683	-.218	
	Sig. (2-tailed)											.006	.408	.018	
Y.1	Pearson												1		
	Combination													.827	
	Sig. (2-tailed)													.006	

Sumber: SPSS

Jadi, dari data variabel di atas dapat dikatakan bahwa variabel penelitian ini valid dan sah bahwa konsumen memilih bahwa produk dan pelayanan dapat membuat konsumen puas dan mengambil keputusan atas pembelian yang konsumen lakukan dan akan ada kemungkinan lainnya konsumen akan tetap menggunakan shopee untuk marketplace belanja paling utama.

Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghazali, variabel dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha >0,07.

Case Processing Summary

Cases	N		%	
	Valid	Excluded ^a	Total	
	35	0	35	100.0
			35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	11

Jadi dapat dikatakan bahwa dari data di atas sudah lebih dari >0,07 berarti

variabel yang digunakan dalam penelitian sudah reliabel.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan data yang didapat dapat menyimpulkan bahwa:

1. Pengaruh produk dan fitur produk terhadap kepuasan dan
2. keputusan pembelian pada konsumen sangat berpengaruh. Hal ini bisa dibuktikan pada tanggapan yang diberikan konsumen marketplace pada kuesioner yang telah disebarakan.
3. Pengaruh kualitas pelayanan pada marketplace shopee juga sangat berpengaruh hal ini dapat dibuktikan dari banyaknya konsumen yang tetap memilih marketplace shopee karena adanya kepuasan atas layanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cindy Mutia Annur. (2022). *Situs E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Agustus 2022*. Databoks.
- Kotler, Philip dan Kevin, L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th edition. United States: Pearson Education.
- Sugiyono. (2018). *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2020. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Jakarta : PT Pustaka Baru.
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi