

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI SHOPEE
(Studi Kasus: Mahasiswa Kampus II Universitas Bung Hatta)**

Jumita Nurjanah¹, Mery Trianita²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: jumitanurjanah11@gmail.com, merytrianita@bunghatta.ac.id

A. PENDAHULUAN

Pada era milenial sekarang, teknologi serta informasi begitu berhubungan erat dengan internet. Berkembangnya internet karena dorongan dari majunya teknologi serta informasi, misalnya layanan jual beli secara online yang meningkat dari tahun ke tahun. Bertambah banyaknya jual beli online serta marketplace yang ada dengan agresif menandakan begitu cepatnya industri e-commerce berkembang. Perolehan data melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menyatakan jika nilai bisnis ecommerce di Indonesia tahun 2015 sudah menembus sejumlah US\$3,56 miliar, dalam rupiahnya kisaran Rp46 triliun. Tahun 2016 nilai e-commerce diprediksi menembus sejumlah US\$4,89 miliar, dalam rupiahnya di atas Rp68 triliun. Total dari tahun lalu diperkirakan akan semakin cepat mengalami perkembangan hingga tahun 2021. Bisnis e-commerce yang tumbuh dengan begitu pesatnya membuat sejumlah perusahaan dengan basis e-commerce banyak bermunculan, membuat persaingan yang ketat terjadi antar bisnis tersebut. Setiap perusahaan membangun serta menetapkan strategi persaingan dengan lebih kreatif dan cermat. Persaingan yang terjadi antar perusahaan yaitu dengan menawarkan promo atau pun diskon yang menarik perhatian pembeli seperti diskon produk ataupun memberi voucher *free* ongkir serta yang lainnya.

B. METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang diteliti dan diolah peneliti dengan langsung. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepuasan Mahasiswa kampus II Universitas Bung Hatta yang menggunakan aplikasi Shopee. dengan minimal transaksi sebanyak 1-3 kali.

sampel menurut sugiyono (2015) yaitu bagian dari total serta adanya ciri yang tergabung didalam populasi sehingga jumlah sampel yang digunakan 100 responden (Wiyono 2011).

jumlah sampel ditentukan berdasarkan pada perhitungan dengan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan : n = Total sampel

N = Total populasi

e = Presentasi tingkat

kesalahan yang di toleransi 10%

Memakai rumus di atas, didapatkan jumlah sampel seperti dibawah ini:

N = 4430 (populasi)

e = 0,1

$$N = \frac{4430}{1 + 4430(0,1)^2} = \frac{4430}{45,3} = 97,79$$

(dibulatkan 100)

Maka jumlah sampel penelitian ini sejumlah 100 Mahasiswa Universitas Bung Hatta

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistik

No	Variable Penelitian	Sig	Alpha	Kesimpulan
1	<i>E-Service Quality</i>	0.000	0.05	H ₁ Diterima
2	Harga	0.002	0.05	H ₂ Diterima

Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa nilai sig pada *e-service quality* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi < dari tingkat kesalahan maka H_a diterima dan H_o ditolak sehingga dapat diinterpretasikan bahwa secara parsial *E-Service Quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi shopee pada mahasiswa kampus II Universitas Bung Hatta. Penelitian ini semakin diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Denaldi Danial Akhmadi dan Erni Martini (2020) bahwa *E-service Quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil Uji T menunjukan nilai sig pada Harga sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi < dari tingkat kesalahan maka H_a diterima dan H_o ditolak sehingga dapat diinterpretasikan bahwa secara parsial Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi shopee pada mahasiswa kampus II Universitas Bung Hatta. Penelitian ini semakin diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan (2012) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna

aplikasi shopee dan Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi shopee.

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna maka untuk peneliti berikutnya mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel baru yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 708–720.

[2] Rinjani, D. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengguna PT . Kereta Api Indonesia (Persero) Medan-Tanjung Balai).

[3] Yosi Pratama. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar dengan Fasilitas sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15, 181–188.

Penelitian ini semakin diperkuat dengan penelitian ya

[4] Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10.