

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-RECOVERY SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *E-SATISFACTION* PADA PENGGUNA  
APLIKASI ZALORA**

**(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Zalora Di Kota Padang)**

**Raymond Al Vebrinan<sup>1</sup>, Purbo Jadmiko<sup>2</sup>**

**Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta**

E-mail : [raymonalvebrinan@gmail.com](mailto:raymonalvebrinan@gmail.com), [purbojadmiko@bunghatta.ac.id](mailto:purbojadmiko@bunghatta.ac.id),

## **A. PENDAHULUAN**

Electronic Commerce (*e-commerce*) adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer (Irmawati, 2011). *E-commerce* tersebut terbagi atas dua segmen yaitu perdagangan antar pelaku usaha (*business to business e-commerce*) dan perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen (*business to consumer e-commerce*). **Zalora.com** (Versi Internasional) atau **Zalora.co.id** (Zalora Indonesia). ZALORA, adalah sebuah toko *online* yang baru-baru ini ikut meramaikan pasar *E-commerce* di Indonesia. ZALORA Indonesia adalah situs web belanja yang menyediakan kebutuhan mode pakaian yang terdiri dari produk berbagai merek, baik lokal maupun internasional. Zalora Indonesia yang didirikan pada tahun 2012 oleh Catherine Sutjahyo, merupakan bagian dari Zalora Grup di Asia yang terdiri dari Zalora Singapura, Zalora Malaysia, Zalora Vietnam, Zalora Taiwan, Zalora Thailand dan Zalora Filipina.

## **B. METODE PENELITIAN**

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pengguna aplikasi Zalora di Kota Padang yang menggunakan dan telah melakukan transaksi pembelian di aplikasi Zalora. Penelitian ini memiliki 3 (Tiga) variabel yaitu *E-Service Quality*, *E-Recovery*

*Service Quality* dan *E-Satisfaction*. dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah  $3 \times 20 = 60$  sampel. penentuan jumlah sampel berdasarkan Sugiyono (2016).

### **Metode Analisis Data**

#### **Metode Analisa Deskriptif**

Didalam analisis deskriptif akan diketahui nilai teoritis dan nilai aktual dari skor jawaban yang diberikan oleh responden yang diamati dari nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi dari data.

#### **Uji Normalitas**

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *non-parametrik Kolmogrov-Smirnov* (K-S). Jika nilai signifikan variabel penelitian  $> 0.05$  maka data

#### **Analisis Model Regresi Linear Berganda**

Adalah Model persamaan yang dipakai dalam mengetahui besar serta pengaruh yang ada diantara variabel bebas dan terikat. Berdasarkan pendapat Ghozali (2015) umumnya rumus regresi linear berganda yaitu:  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

#### **Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)**

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji  $H_1$  dan  $H_2$ . Kriteria pengambilan keputusan dalam

pengujian ini menurut (Ghozali, 2016) adalah jika  $p\text{-value} < 0.05$  maka  $H_a$  diterima. Sebaliknya, jika  $p\text{-value} > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak.

### C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

**Hasil Pengujian Uji T**

Variabel	Sig	Alpha	Keterangan
<i>E-Service Quality</i> (X1)	0,000	0,05	Signifikan
<i>E-Recovery Service Quality</i> (X2)	0,019	0,05	Signifikan

Berdasarkan tabel hasil uji hipotesis terlihat nilai signifikan *E-Service Quality* yaitu sebesar 0,000. nilai signifikan *E-Recovery Service Quality* yaitu sebesar 0,019 hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan  $<$  dari tingkat kesalahan maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga dapat diinterpretasikan bahwa secara parsial *E-Service Quality* dan *E-Recovery Service Quality* berpengaruh positif terhadap *E-Satisfaction*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Asakristiani dan Mulyandi (2021) *E-Service Quality* yang baik dimata masyarakat maka secara otomatis akan meningkatkan kepuasan masyarakat untuk menggunakan Aplikasi Jenius. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Berliana dan Zulestiana (2020) *E-Service Quality* yang tinggi dalam mempengaruhi *E-Satisfaction* pada pengguna Gopay di Indonesia. Hasil penelitian juga didukung oleh penelitian Tambusai.,Dkk (2019) memperoleh hasil *E-Recovery Service Quality* yang mempengaruhi munculnya *E-Satisfaction* di Shopee Indonesia.

### D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* dan *E-Recovery Service Quality* berpengaruh positif terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna Zalora di Kota Padang.

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, disarankan untuk menambah beberapa variabel yang belum digunakan

dalam penelitian ini. Dikarenakan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel *E-Satisfaction*, sehingga dapat meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang akan diperoleh dimasa yang akan datang.

### DAFTAR PUSTAKA

- (1) Asakristiani, V. A., & Mulyandi, M. R. (2021). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Aplikasi Jenius. 1(5), 418–423.
- (2) Berliana, M., & Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Loyalty* pada Pengguna Gopay di Indonesia. *Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 4(2), 11–17.
- (3) Ghozali, Imam, (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- (4) Irmawati, (2011) Pemanfaatan *E-Commerce* dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISSN: 2085-1375*
- (5) Sugiyono. (2016) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- (6) Tambusai, S. R. K., Suharyono, & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-Recovery Service Quality* Terhadap *E-Customer Satisfaction* Dan *E-Customer Loyalty*. *Profit*,13(02),72–79.