

# **PENGARUH KEPUASAN SEBAGAI PEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE DIKOTA PADANG**

**David Suganda<sup>1</sup>, Mery Trianita<sup>2</sup>**

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

E-mail: [davidsuganda05@gmail.com](mailto:davidsuganda05@gmail.com) , [merytrianita@bunghatta.ac.id](mailto:merytrianita@bunghatta.ac.id)

## **A. PENDAHULUAN**

Salah satu situs jual beli *online* yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah *shopee.co.id*. Shopee adalah pusat belanja *online* yang menawarkan berbagai macam jenis produk mulai dari elektronik, buku, mainan anak dan perlengkapan bayi, alat kesehatan dan produk kecantikan, peralatan rumah tangga, perlengkapan traveling, olahraga kapan pun dan dimanapun konsumen berada. *shopee.co.id* menawarkan solusi mudah bagi para konsumen yang hendak membeli barang via *online*. Pada kuartal sebelumnya Shopee hanya memiliki 19% market share, kini meningkat menjadi 21%. Total pengunjung Shopee pada kuartal ini yaitu sebanyak 55.964.700. Pada kuartal sebelumnya Shopee juga mengalami peningkatan total jumlah pengunjung sebanyak 16 juta," Tulis iPrice dilansir dari CNBC Indonesia".

Berdasarkan data yang diperoleh, kedudukan teratas masih diduduki oleh Tokopedia. Tapi dalam segi peringkat AppStore, PlayStore, dan pengikut Instagram terbanyak.

E-commerce Shopee mendapatkan peringkat pertama dari E-commerce lainnya. Data yang dihimpun iPrice menunjukkan tidak banyak perubahan untuk lima posisi teratas situs *e-commerce* dengan pengunjung bulanan terbanyak. Dari dalam negeri, nama-nama seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli masih konsisten berada di lima besar. Sementara untuk *e-commerce* dari luar Indonesia atau mewakili regional Asia Tenggara masih dikuasai oleh Shopee dan Lazada.

## **B. METODE PENELITIAN**

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 138 orang pengguna aplikasi Shopee di Kota Padang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah metode penarikan sampel yang dalam mengambil sampel dasar berdasarkan kriteria tertentu Adapun kriteria sampel yang telah ditetapkan peneliti, adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang menggunakan aplikasi Shopee untuk transaksi berbelanja.

2. Minimal telah melakukan transaksi berbelanja di aplikasi Shopee sebanyak 3 kali transaksi.
3. Berlokasi di Kota Padang.

## Metode Analisis Data

### Analisis Jalur

Untuk membuktikan hipotesis yang telah dibuat, maka dalam penelitian ini data yang telah dikumpulkan akan diolah dengan bantuan analisis parametrik menggunakan SPSS. Model analisis data yang dipakai adalah metode

analisis jalur (*Path Analysis*), untuk menerangkan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dengan menggunakan regresi pada seperangkat variabel bebas dan variabel mediator terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variabel terikat terakhir, harus lewat jalur langsung atau melalui variabel intervening (Sarwono, 2018).

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Pengujian Hipotesis

Model Koefisien Jalur 1					
Variabel Mediasi	Variabel Bebas	Beta	Alpha	Sig.	Kesimpulan
Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,339	0,05	0,000	H <sub>1</sub> Terbukti
	Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	0,165	0,05	0,048	H <sub>2</sub> Terbukti
	Promosi (X <sub>3</sub> )	0,056	0,05	0,499	H <sub>3</sub> Tidak Terbukti
Model Koefisien Jalur 2					
Variabel Terikat	Variabel Bebas dan Mediasi	Beta	Alpha	Sig.	Kesimpulan
Loyalitas Pelanggan (Y <sub>2</sub> )	Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,637	0,05	0,000	H <sub>4</sub> Terbukti
	Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	0,103	0,05	0,095	H <sub>5</sub> Tidak Terbukti
	Promosi (X <sub>3</sub> )	0,137	0,05	0,025	H <sub>6</sub> Terbukti
	Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	0,188	0,05	0,003	H <sub>7</sub> Terbukti

Dari hasil olahan data yang dapat diketahui bahwa:

Hipotesis pertama kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis kedua kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis ketiga promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis keempat kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Hipotesis kelima kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis keenam promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis ketujuh bahwa kepuasan

pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis kedelapan secara langsung kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis kesembilan secara langsung kualitas produk melalui kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis kesepuluh secara langsung promosi melalui kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee.

Ariyani, dkk (2021), hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Sudarman, dkk (2021), hasil penelitian menemukan bahwa penguatan kualitas produk memiliki efek secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan adalah mediator faktor kualitas produk pada faktor loyalitas pelanggan. Sari dan Lestariningsih (2021), hasil penelitian menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap loyalitas pelanggan.

#### **D. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
3. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
5. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
6. Promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs

belanja online Shopee di kota Padang.

7. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
8. Secara langsung kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
9. Secara langsung kualitas produk melalui kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
10. Secara langsung promosi melalui kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.

##### **Saran**

Dalam upaya meningkatkan kepuasan dan terbentuknya loyalitas pelanggan di masa yang akan datang, maka disarankan kepada pihak manajemen Shopee, untuk terus berupaya memperhatikan kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepuasan dan terbentuknya loyalitas pelanggan pada situs belanja online khususnya Aplikasi Shopee di Kota Padang.

##### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Sarwono, Jonathan. 2018. *Statistik Untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: Andi Offset
- [2] Ariyani, Rahajeng, dkk. 2021. The

Influence of Service Quality and Brand Image on Loyalty Through Satisfaction Grab-Bike Customers in Bekasi City. *Majalah Ilmiah Bijak*. Vol.18. No.2, September 2021, pp. 263-272 E ISSN 2621-749x.

- [3] Izzuddin Ahmad, Muhsin Muhammad. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen: *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia: Volume 6. Nomor 1*.72-78.
- [4] Nugroho Eko, Heribertus ir. Budi S, Safi'i Imam. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen: *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Industri Universitas Kadiri: Vol.2 No.2*