

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEAMANAN LAYANAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TIKTOK SHOP DI KOTA PADANG

Stanlee Sutanto, Zeshashina Rosha S.E.,M.Si

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Email: Stanlee.sutanto23@gmail.com , Zeshashina.rossha@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi di dunia khususnya internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Internet dapat menghubungkan satu orang dengan orang lainnya bahkan sebagai sarana hiburan dan juga sebagai sarana untuk mendukung aktivitas bisnis di perusahaan. Penggunaan internet di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat, peningkatan terjadi sebanyak 2,8% yang sebelumnya hanya 215 juta pengguna tahun 2023, menjadi 221 juta pengguna di tahun 2024. Hal ini menunjukkan Indonesia mulai terbuka terhadap perkembangan teknologi yang ada [1]. Belanja online dalam istilahnya yakni e-commerce merupakan suatu kegiatan jual beli dengan transaksinya berlangsung dalam bentuk jual beli online di situs-situs seperti jejaring sosial. Faktanya e-commerce pada saat ini telah berevolusi dengan mengadopsi web 2.0 yang mempunyai kapabilitas meningkatkan partisipasi serta meningkatkan nilai perekonomian. Perkembangan teknologi inilah yang mendorong munculnya suatu inisiatif baru yang dikenal sebagai social commerce, yaitu kegiatan perdagangan yang dimediasi oleh media sosial [2]. Tiktok adalah aplikasi yang memiliki popularitas dan disenangi di berbagai dunia yang memiliki fitur bagi penggunanya untuk membuat video berdurasi 15 detik ataupun lebih beserta dengan musik, filter dan beberapa fitur kreatif lainnya [3]. Pada April 2021 Tiktok melakukan pengembangan pada fitur dengan memunculkan fitur Tiktok Shop. Tiktok Shop merupakan fitur baru yang dikembangkan oleh Tiktok yang fungsinya digunakan untuk transaksi jual beli melalui aplikasi Tiktok langsung. [4]. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja atau produk (hasil) yang dipresepsikan produk terhadap ekspektasi pada pelanggan [5]. Terdapat beberapa variabel yang

mempengaruhi kepuasan pelanggan, salah satunya adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kualifikasi sebuah produk yang menunjukkan oleh sebuah perusahaan agar dapat bersaing dipasar. Dengan kualitas yang konsisten, pelanggan merasa lebih puas dan cenderung tetap setia, sehingga kualitas produk menjadi kunci utama dalam mencapai kepuasan pelanggan [6]. Tidak hanya itu, harga yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan juga menjadi perhatian untuk kepuasan pelanggan tersebut. Harga bisa diartikan sebagai jumlah uang yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk. Ketika harga dianggap sesuai dengan kualitas dan nilai yang diterima, pelanggan merasa puas [7]. Keamanan layanan pelanggan juga menjadi pertimbangan bagi Perusahaan untuk tercapainya kepuasan bagi pelanggan. Keamanan secara umum dapat diartikan sebagai keadaan bebas dari bahaya [8].

METODE

Objek dalam penelitian ini adalah *platform* s-commerce Tiktok Shop. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengguna *platform* s-commerce Tiktok Shop yang telah melakukan pembelian online dan berdomisili di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* [9]. Dengan jumlah sampel 100 sampel. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda dan uji t sebagai pengujian hipotesis dengan menggunakan aplikasi SPSS 27.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian hipotesis diambil dari uji t. dapat dikatakan diterima apabila memiliki nilai signifikan kecil dari 0,05.

Tabel 1. Uji T

Model	Unstandardize dCoefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
	(Constant)	4,327	1,628		2,575
Kualitas Produk	- 0,07	0,020	- 0,26	- 0,337	0,737
Harga	0,438	0,097	0,436	4,514	0,000
Keamanan layanan	0,261	0,080	0,314	3,284	0,001

Dari hasil pengujian hipotesis terkait kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Tiktok Shop di Kota Padang. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya koefisien regresi sebesar - 0,07 dan t hitung - 0,337 serta signifikan 0.737 (besar dari 0,05). Temuan ini dapat diartikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Tiktok Shop di Kota Padang. Dengan demikian hipotesis pertama (H1) ditolak. Hasil pengujian hipotesis terkait harga terhadap kepuasan pelanggan menemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Tiktok Shop di Kota Padang. Hasil ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai koefisien regresi sebesar 0,438 dan t hitung 4,514 serta signifikan 0,000 (kecil dari 0,05) temuan ini dapat diartikan bahwa harga berpengaruh positif. Dengan demikian hipotesis kedua (H2) diterima. Hasil pengujian hipotesis terkait keamanan layanan terhadap kepuasan pelanggan menemukan bahwa keamanan layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Tiktok Shop di Kota Padang. Hasil ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai koefisien regresi sebesar 0,261 dan t hitung 0,314 serta signifikan 0,000 (kecil dari 0,05) temuan ini dapat diartikan bahwa keamanan layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Tiktok Shop di Kota Padang. Dengan kata lain jika TikTok Shop dapat menyediakan tingkat keamanan layanan yang baik, seperti perlindungan data pribadi dan transaksi yang aman, sesuai dengan harapan pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Keamanan

layanan yang memadai menciptakan rasa percaya dan nyaman bagi pelanggan, sehingga mereka merasa lebih puas dengan layanan yang diterima. Dengan demikian hipotesis ketiga (H3)

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas produk, harga, keamanan layanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Tiktok Shop di Kota Padang. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Tiktok Shop di Kota Padang. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Tiktok Shop di Kota Padang. Keamanan layanan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Tiktok Shop di Kota Padang.

Saran untuk peneliti selanjutnya adalah untuk menambahkan variabel yang belum digunakan dalam penelitian ini, selanjutnya adalah menggunakan sampel yang lebih banyak dari pada penelitian ini. Tidak hanya itu, untuk menggunakan daerah lain untuk melakukan penelitian ini, karena hasil dari penelitian ini hanya berlaku untuk Kota Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Muhammad Arif. APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta. Orang.<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- [2] Pamungkas, P. T. A. (2023). Pengaruh kepercayaan pelanggan, kemudahan penggunaan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online produk fashion pada aplikasi tik-tok shop (studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta). 31–
- [3] Wigand, R. T., Benjamin, R. I., & Birkland, J. L. H. (2008). Web 2.0 and beyond: Implications for electronic commerce. ACM International Conference Proceeding Series, August 2008. <https://doi.org/10.1145/1409540.1409550>
- [4] Taofik. (2021). 6 Langkah Daftar Tiktok Shop, Bisa Berjualan di Tiktok dan Menghasilkan Banyak Uang.<https://bagikanberita.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-682783446/6-langkah-daftar-tiktok-shop-bisa-berjualan-di-tiktok-dan-menghasilkan-banyakuang-segera-eksekusi-di-sini>

- [5] kotler & keller. (2016). *Principle of Marketing ersone Education, Inc.*.
- [6] Tjiptono, (2008). Strategi Pemasaran (Edisi III). Jogjakarta: Andi.
- [7] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Yogyakarta.
- [8] [Audun, J. (2017). *Trust and Reputation System. Foundations of Security Analysis and Design IV.* (Online), Australia.
- [9] Sugiyono,(2013), Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA).