

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia (Studi pada Pengguna Tokopedia)

Ariya Adhitama¹⁾

¹Universitas Buddhi Dharma

Email : ariyavipali@gmail.com

ABSTRAK

Di tengah persaingan perusahaan e-commerce yang semakin kompetitif. Kepuasan Pelanggan adalah faktor penting dalam memperkuat keuntungan dan faktor lainnya seperti kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga yang memperkuat perusahaan dalam bersaing ketat dengan perusahaan lainnya. Hal ini tidak lah cukup dalam mempertahankan pelanggan karena para pelaku online mudah berpindah untuk melakukan jual beli. Untuk itu Tokopedia harus lebih memperhatikan kepuasan pelanggan agar dapat memperthankan kelayalan planggan.

Melihat fenomena tersebut penulis bertujuan untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengelolaan kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Tokopedia, khususnya dalam mengelola kepuasan parapelanggan pada marketplace Tokopedia. Selain itu penulis juga ingin mengkaji dampak lebih lanjut yang ditimbulkan oleh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga pada marketplace Tokopedia terhadap tingkat kepuasan dari para pelanggan Tokopedia secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui permasalahan yang terjadi di Tokopedia, khususnya mengetahui permasalahan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Analisis data dilakukan dengan di sebarinya secara acak terhadap 100 responden. Program yang digunakan adalah SPSS versi 26.

Hasil dari penelitian dan juga pengujian yang dilakukan memperoleh hasil dimana secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia. Dan juga dapat terlihat berarti dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia (Studi pada Pengguna Tokopedia)

ABSTRACT

In the midst of increasingly competitive e-commerce companies. Customer satisfaction is an important factor in strengthening profits and other factors such as service quality, facilities, and prices that strengthen the company in competing with other companies. This is not enough in retaining customers because online actors easily move to make buying and selling. For this reason, Tokopedia must pay more attention to customer satisfaction in order to maintain customer loyalty.

Seeing this phenomenon, the author aims to research further regarding the management of customer satisfaction carried out by Tokopedia, especially in managing customer satisfaction on the Tokopedia marketplace. In addition, the author also wants to examine further the impact of service quality, facilities, and prices on the Tokopedia marketplace on the overall level of satisfaction of Tokopedia customers.

This study aims to analyze and find out the problems that occur at Tokopedia, in particular knowing the problems regarding the effect of service quality, facilities and prices on customer satisfaction. Data analysis was carried out by randomly distributing it to 100 respondents. The program used is SPSS version 26.

The results of the research and also the tests carried out obtained results where partially there was a significant influence between service quality, facilities and price on Tokopedia customer satisfaction. And it can also be seen that it can be said that the quality of service, facilities, and prices simultaneously or simultaneously affect customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Facilities, Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dengan seiring perkembangan zaman dan teknologi digital yang berkembang pesat, gaya hidup masyarakat yang sangat berubah, mulai dari sudut pandang Kesehatan, ekonomi, politik, sertas sosial dan berbudaya. Dari berbagai sudut pandang kegiatan dan kebiasaan masyarakat semakain dipermudah oleh salah satu teknologi yang dikenal dengan nama internet.

Deangan adanya internet masyarakan dapat dengan mudah menggunakan internet sebagai alat pencari informasi namun dampak internet bagi masyarakat dengan kebutuhan terhadap internet contohnya saja, internet menjadi sebuah kebutuhan yang hampir membandingi kebutuhan seperti pangan, sandang, dan papan (kebutuhan primer). Kemajuan teknologi juga membuat kehidupan masyarakat menjadi semakin mudah dalam berbisnis dan berbelanja, seperti adanya bisnis berbasis online yang sering di sebut toko online atau dapat di namakan E-Commerce yang memudahkan masyarakat dalam berjualan dan berbelanja.

Dewasa ini bisnis online sangat di gemari oleh para pelaku usaha yang membuat trend e-commerce ini semakin berkembang, khususnya di Indonesia. Perdagangan berbasis online (e-commerce) meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) industri e-commeres dalam 10 tahun terakhir mengalami peningkatan sebanyak 17%. Nilai e-commerce di Indonesia pada tahun 2025 juga diprediksi akan naik hingga menyentuh angka 46 miliar dolar Amerika Serikat. Hal ini merupakan 2 peluang sekaligus ancaman bagi para pelaku bisnis yang berada di industri e-commerce.

Dewasa ini bisnis online sangat di gemari oleh para pelaku usaha yang membuat trend e-commerce ini semakin berkembang, khususnya di Indonesia. Perdagangan berbasis online (e-commerce) meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) industri e-commeres dalam 10 tahun terakhir mengalami peningkatan sebanyak 17%. Nilai e-commerce di Indonesia pada tahun 2025 juga diprediksi akan naik hingga menyentuh angka 46 miliar dolar Amerika Serikat. Hal ini merupakan 2 peluang sekaligus ancaman bagi para pelaku bisnis yang berada di industri e-commerce.

Peningkatan penggunaan pelayanan digital selama masa pandemic covid-19 sangat meningkat (Kusnawan et al. 2019) dimana teknologi mempermudah masyarakat dalam berbelanja berbagai kebutuhan di e-commerce yang dapat di lihat di table di bawah ini bahwa bisnis teknologi seperti e-commerce yang meningkat pesat. Indonesia menjadi tempat yang peningkatan pelayanan digital yaitu e-commerce yang sangat besar dimasa pandmi menjadi Sebanyak 69%.

Perubahan masyarakat dari mulai pola hidup yang terkegantungan dengan gaya hidup yang digital dan bermunculan teknologi yang semakin maju banyak perusahaan berbasis online (e-commerce). Perusahaan mulai meperhatikan faktor kepuasan Pelanggan yang menentukan salah satu bagian penting yang di perhatikan perusahaan,

khususnya perusahaan yang sedang penulis bahas yaitu perusahaan berbasis teknologi seperti e-commerce. Dengan adanya penelitian ini penulis ingin mengupulkan data yang terkait dengan Pelanggan untuk membantu perusahaan dalam mengelola kepuasan pelanggan agar perusahaan dapat memperbaikinya menjadi lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan kualitas pelayanan yang berujung pada kepuasan pelanggan dalam menggunakan e-commerce dan bertujuan kepada tingkat penggunaan serta bertransaksi yang menghasilkan keuntungan.

PT. Tokopedia Indonesia perusahaan berbasis teknologi asal Indonesia yang menyediakan media untuk mempertemukan penjual dan pembeli yang berada di seluruh wilayah Indonesia secara online. Tokopedia berperan sebagai pihak ketiga yang mengatur dan membuat regulasi bagi para penggunanya, atau biasa disebut Toppers, mulai dari sistem pemesanan, pembayaran, pengiriman barang hingga tahapan dalam pengajuan komplain. Model bisnis yang diterapkan oleh Tokopedia ini disebut sebagai Online Marketplace.

Tokopedia sendiri mulai dibangun sejak tahun 2007 oleh William Tanuwijaya beserta koleganya, namun baru diluncurkan ke pasar Indonesia pada tahun 2009 bertepatan dengan Hari Kemerdekaan Indonesia yang ke-64 tahun. Sejak peluncurannya ke pasar Indonesia Tokopedia telah bertumbuh pesat dan mampu memberikan pengaruh dan perkembangan kecendrungan konsumen akan masyarakat Indonesia, khususnya pada perilaku konsumen di Indonesia yang mulai berani untuk melakukan transaksi secara online.

Sejalan dengan visinya yaitu "Membangun Indonesia yang lebih baik lewat internet" Tokopedia ingin memanfaatkan kemudahan yang ditawarkan oleh internet dan sekaligus membantu mengatasi permasalahan utama yang ada di Indonesia

Dengan aplikasi yang di buat Tokopedia walaupun menjadi perusahaan terbesar di Indonesia tetap saja memiliki kekurangan yang dimana dalam pengguna Tokopedia kurang puas dalam kepuasan pelanggan bisa di lihat dengan sedikit banyaknya yang memberikan bintang atau skor 3, 2, dan 1. Oleh karena itu pada kenyataannya, masih terdapat kendala pada fitur maupun aplikasi Tokopedia. Hal tersebut dapat diketahui dari keluhan yang diresahkan para pengguna Tokopedia.

Berdasarkan data survey pengguna pada periode semester pertama tahun 2021 yaitu pada Januari- Juni 2021 yang diambil dari similar web, Tokopedia menjadi aplikasi E-commerce yang paling banyak dikunjungi masyarakat Indonesia. Dalam jumlah angka Tokopedia telah divisit sebanyak 132,8 juta, sementara untuk aplikasi E-commerce lain menyusul dengan 116 juta yaitu shopee, dan dibawahnya yaitu Bukalapak, Lazada, dan Blibli.

Jika dilihat peningkatan jumlah pengunjung pada tahun 2021 sebuah platform e-commerce dapat dikatakan bahwa Tokopedia merupakan platform jual beli online terbesar di Indonesia. Dengan jumlah penunjang sebesar 132,8jt orang dapat di

simpulkan bahwa Tokoprdia telah meninggalkan para pesaingnyaseperti shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli.

Di tengah persaingan perusahaan e-commerce yang semakin kompetitif. Kepuasan Pelanggan adalah faktor penting dalam meperkuat keuntungan dan faktor lainnya seperti kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga yang memperkuat perusahaan dalam bersaing ketat dengan perusahaan lainnya. Hal ini tidak lah cukup dalam mempertahankan pelanggan karena para pelaku online mudah berpindah untuk melakukan jual beli. Untuk itu Tokopedia harus lebih memperhatikan kepuasan pelanggan agar dapat meperthankan kelayalan planggan.

Dikarenakan pengguna smartphone yang diminati di Indonesia. Dalam survey yang dilakukan Tokopedia persentase pengguna mobile sebesar 62,7%, dan sisanya adalah pengguna desktop sebesar 37,3% (data SimiliarWeb periode Januari 2021). Hal ini membuat Tokopedia perlu memaksimalkan kinerja dalam menawarkan kepuasan pelanggan yang baik kepada penggunanya. Pemeliharaan yang di lakukan Tokopedia mulai melakukan perbaikan bug dan mengupdate system yang mempermudah pengguna dan membuat pengguna merasa puas terhadap Apps (aplikasi) Mobile Tokopedia. Namun Apps Tokopedia dengan seller login atau pengguna aktifnya mencapai 132.8 juta dan pengguna mobile >4 Juta di tahun 2021. Rating rata-rata sebesar 4.7 di Google Play.

Melihat fenomena tersebut penulis bertujuan untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengelolaan kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Tokopedia, khususnya dalam mengelola kepuasan parapelanggan pada marketplace Tokopedia. Selain itu penulis juga ingin mengkaji dampak lebih lanjut yang ditimbulkan oleh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga pada marketplace Tokopedia terhadap tingkat kepuasan dari para pelanggan Tokopedia secara keseluruhan

TINJAUAN PUSTAKA

(Sutrisna and Andy 2018) Melihat berbagaimacam paparan mengenai Tokopedia dan masalahnya tersebut, penulis mencoba mengangkat beberapa masalah utama yang mendasari penelitian ini. Pertama yaitu bagaimana kepuasan pelanggan pada Tokopedia. Kedua yaitu seberapa besar tingkat kualitas pelayanan dari yang diharapkan para pelanggan Tokopedia terhadap kinerja Tokopedia secara keseluruhan. Ketiga yaitu seberapa besar fasilitas dan harga yang di berikan Tokopedia yang dapat memberikan dampak pada kepuasan pelanggan .

(Jaya Sakti and Manajemen 2018) Kepuasan Pelanggan adalah suatu pandangan sifat senang atau kecewa seorang yang ditimbulkan sebagai hasil terhadap keinginan pelanggan yang sesuai

(Abdul Gofur 2019) Pengertian Kualitas Pelayanan adalah salah satu komponen penting bagi perusahaan yang dimana kebutuhan pelanggan sangat berpengaruh jika kualitas yang baik maka prusahannpun ikut dapat nilai baik dari pelanggan.

(Principles of Marketing - Google Books n.d.) Pengertian Fasilitas adalah penunjang untuk memperlancar usaha atau pekerjaan untuk mencapai tujuan yang biasa digunakan oleh perusahaan jasa untuk memuaskan pelanggan.

(Widiyanto, Pujiarti, and Wibowo 2021) Harga adalah sebuah nilai yang dinyatakan dalam suatu mata uang atau alat tukar yang ada didalam suatu wilayah yang bernilai dapat diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

HASIL

Uji Regresi Linear Berganda

Pada model regresi ini akan terlibat dua atau lebih variable , yaitu satu variable dependen yaitu Kepuasan Pelanggan dan tiga variable dependen yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga. Untuk itu model regresi ini menghasilkan apa hasil pengaruhnya dan seberapa besar pengaruh dari variable dependen dan independent.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.819	2.535		3.874	.000
	Fasilitas	.794	.059	.807	13.523	.000
2	(Constant)	7.077	2.339		3.026	.003
	Fasilitas	.462	.085	.469	5.435	.000
	Harga	.396	.079	.430	4.983	.000
3	(Constant)	4.207	2.701		1.558	.123
	Fasilitas	.382	.092	.388	4.132	.000
	Harga	.376	.079	.409	4.776	.000
	Kualitas Pelayanan	.165	.081	.146	2.031	.045

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 26

Dapat dilihat dari table yang sudah dicantumkan diatas , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persamaan garis linear berganda dapat disusun seperti dibawah ini :

$$Y = 4.207 + 0,165 x_1 + 0,382 x_2 + 0,376x_3$$

Berdasarkan Persamaan garis linear berganda dapat diartikan sebagai berikut :

1. Kesimpulan yang bisa diambil dari tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa jika X1 (Kualitas Pelayanan) terjadi adanya suatu perubahan baik itu positif atau negatif maka variabel Y(Kepuasan pelanggan) akan mengalami suatu perubahan yaitu dilihat dari variabel X1 Apakah itu positif atau negatif sebesar 0,165
2. Kesimpulan yang bisa diambil dari tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa jika X2 (Fasilitas) terjadi adanya suatu perubahan baik itu positif atau negatif

maka variabel Y(Kepuasan pelanggan) akan mengalami suatu perubahan yaitu dilihat dari variabel X2 Apakah itu positif atau negatif sebesar 0,38.

3. Kesimpulan yang bisa diambil dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa jika X3 (Harga) terjadi adanya suatu perubahan baik itu positif atau negatif maka variabel Y(Kepuasan pelanggan) akan mengalami suatu perubahan yaitu dilihat dari variabel X3 Apakah itu positif atau negatif sebesar 0,376

Tabel 2. Uji T & Uji R Square

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.207	2.701		1.558	.123		
	Kualitas Pelayanan	.165	.081	.146	2.031	.045	.539	1.854
	Fasilitas	.382	.092	.388	4.132	.000	.315	3.179
	Harga	.376	.079	.409	4.776	.000	.378	2.643

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 26

Berdasarkan tabel IV.2 di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari tabel sebelumnya pada uji hipotesis parsial dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan memberikan angka positif, dimana terlihat bahwa kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,045 > 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa dalam Berdasarkan tabel di atas menunjukkan uji Hipotesis yang dilakukan antara lain bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari tabel sebelumnya untuk uji hipotesis parsial dapat dilihat bahwa fasilitas menunjukkan angka positif yang menunjukkan bahwa fasilitas memiliki nilai signifikansi $0,000 > 0,05$, sehingga dari tabel pada uji hipotesis parsial di atas berpengaruh terhadap Fasilitas berdasarkan kepuasan pelanggan.

c. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari tabel di atas tentang uji hipotesis parsial dapat diketahui bahwa harga menunjukkan angka positif dimana dapat dilihat bahwa harga memiliki nilai signifikansi $0,000 > 0,05$, sehingga berdasarkan tabel di atas dapat dikatakan bahwa secara parsial tes hipotesis bekerja pada kepuasan pelanggan.

Uji R Square

Dilihat dari paparan table yang telah dijabarkan di atas output SPSS di atas, maka dapat dilihat nilai koefisien determinasi atau R kuadrat diketahui sebesar 0,734. Nilai r kuadrat X diperoleh dari data yang mengembalikan nilai koefisien atau R yang $(0,857 \times 0,857 = 0,734)$ angkat, jika dimaksudkan, berarti variabel X1, X2 dan X3 adalah simultan atau dapat dikatakan bahwa mereka berpengaruh pada variabel y oleh X, sedangkan variabel lainnya $(100\% - 73,4\% = 26,6\%)$ dipengaruhi oleh X variabel eksternal atau

variabel lain yang tidak termasuk dalam pernyataan ini atau dalam penyelidikan lain perlu dimasukkan

Uji F

Hasil dari pengujian yang dilakukan yaitu adalah uji F, jika ukuran angka probabilitasnya didapatkan yaitu lebih kecil dari 0,05, dapat dikatakan bahwa penelitian yang dilakukan secara simultan dan Bersama sama dengan pengujian yang menggunakan variable independent dikatakan dapat memberikan pengaruh terhadap variable dependen yang diukur.

Tabel 3. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1495.929	3	498.643	88.146	.000 ^b
	Residual	543.071	96	5.657		
	Total	2039.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPP Didapatkan nilai dari Tabel F yaitu dengan nilai 3,09. Jika didapatkan dari perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $88,146 > 3,09$ dan nilai dari probabilitas adalah $0,000 < 0,05$, maka H_0 dinyatakan ditolak dan H_a dikatakan diterima. Maka dapat disimpulkan oleh penulis maka kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan.

Hasil yang didapatkan dari berbagai macam penjelasan dari table table diatas dapat dirangkum menjadi penjelasan dibawah ini :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan dengan taraf signifikan sebesar $0,045 < 0,05$.
2. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada, dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Hasil uji simultan membuktikan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga bisa dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Harga (X3) berpengaruh secara simultan (bersamasama) terhadap Kepuasan Pelanggan. S versi 26.

REFERENSI

- Abdul Gofur. 2019. "1. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP." Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT 4.
- Jaya Sakti, Brillyan, and Jurusan Manajemen. 2018. "PELANGGAN (Studi Pada J&T Express Kota Semarang)." DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT 7(4): 1-8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

- Kusnawan, Agus, Diana Silaswara, Andy, and Tjong Sefung. 2019. 5 Jurnal Sains Manajemen Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang. www.cermati.com.
- "Principles of Marketing - Google Books." Philip Kotler, Gary Armstrong . https://books.google.co.id/books/about/Principles_of_Marketing.html?id=xOz0DQAAQBAJ&source=kp_book_description&redir_esc=y (January 22, 2022).
- Sutrisna, and Andy. 2018. 16 Analisis Pengaruh Kedisiplinan Kerja, Prestasi Kerja Dan Semangat Kerja Terhadap Pemberian Bonus Karyawan Pada PT. Reka Sukses Adipratama. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/PE>.
- Widiyanto, Gregorius, ubdacid Pujiarti, and FxPudjo Wibowo. 2021. 19 The Influence of Price, Service Quality, and Promotion Against Decision Users Transportation Online (Grab) in Jakarta. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>.