

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kemasan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Marketplace Shopee Di Toko Solvex.Id**

*Gilang nastiar<sup>1)</sup>, Canggih Gumanky Farunik<sup>2)</sup>*

*<sup>12</sup>Universitas Buddhi Dharma*

Email : [Gilangnastiar1811@gmail.com](mailto:Gilangnastiar1811@gmail.com), [canggih.gumanky@ubd.ac.id](mailto:canggih.gumanky@ubd.ac.id)

### **ABSTRAK**

Penelitian yang saya lakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kemasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Marketplace* Shopee di Toko Solvex.id dan di lakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel yang saya teliti dengan menggunakan sample sebanyak 100 orang yang sudah dipilih. Data yang sudah diperoleh selanjutnya akan di olah menggunakan *software* SPSS versi 20, Berdasarkan hasil uji t kualitas pelayanan dengan nilai thitung  $2.525 > 1.98472$  ( $t_{tabel}$ ) dengan nilai signifikan  $0.000 < 0,05$   $t_{hitung}$ , nilai uji kualitas produk dengan nilai thitung  $2.141 > 1.98472$  ( $t_{tabel}$ ) dengan nilai signifikan  $0.000 < 0,05$   $t_{hitung}$  sedangkan nilai uji kemasan dengan nilai thitung  $2.457 > 1.98472$  ( $t_{tabel}$ ) dengan nilai signifikan  $0.000 < 0,05$   $t_{hitung}$ , maka dapat di simpulkan  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima dan dari hasil uji  $F_{hitung}$  yaitu senilai  $16,973 > 2,70$  ( $f_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dapat kesimpulan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Kemasan (X3) mempunyai pengaruh secara bersamaan (simultan) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kemasan, Loyalitas Pelanggan.**

## PENDAHULUAN

Perkembangan *e-commerce* 2023 di Indonesia begitu cepat, dari data BI transaksi *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2023 sebesar 572 triliun rupiah. Dari data ini menunjukkan masyarakat Indonesia sudah memanfaatkan digital untuk bertransaksi membeli produk di *e-commerce*, sehingga memudahkan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dengan memanfaatkan *e-commerce*. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Darmaningrum (2022) dalam jurnalnya, di era sekarang ada perubahan cara berbelanja masyarakat yang sudah mengikuti perkembangan teknologi. Perubahan juga terjadi di metode pembayaran digital seperti yang dinyatakan oleh Andy et al. (2019) perubahan pembayaran terjadi dari yang awalnya konvensional menjadi serba digital. Maka dari itu perusahaan harus memahami perilaku konsumen dan harus bisa adaptasi terhadap perkembangan digital. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Farunik Canggih Gumanky dan Ginny Puti Lenggo (2023) Dalam jurnalnya, yang menginginkan bisnisnya bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif dan cepat maka perlu memahami dan beradaptasi perilaku konsumen. Maka perusahaan akan terus melakukan strategi untuk memahami perilaku konsumen dengan tujuan mempertahankan loyalitas konsumen di era digital. Seperti perusahaan PT. Uqba Life Style Indonesia melalui salah satu brandnya yaitu solvex.id yang memanfaatkan *marketplace* di shopee sebagai *platform* untuk melakukan pemasaran. Dengan meningkatnya persaingan di *marketplace* shopee, maka akan terjadi persaingan dalam meningkatkan pelayanan yang baik seperti contohnya penerapannya seperti *responsif*, memberikan solusi kepada konsumen ketika ada suatu masalah dan melakukan tindakan sesegera mungkin ketika ada konsumen yang komplain. Dengan melakukan hal ini, perusahaan berharap konsumen mendapatkan kepuasan terhadap pelayanan yang di berikan sehingga terjadinya loyalitas konsumen.

Kemasan juga bagian penting dalam membangun loyalitas konsumen, karena dengan kemasan yang menarik akan meningkatkan kepuasan konsumen setelah membeli produk. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Sutanto (2020) Dalam jurnalnya mengatakan kemasan dapat membangun loyalitas pelanggan dan loyalitas merek sehingga akan meningkatkan penjualan. Karena bagian pertama produk yang dilihat oleh konsumen adalah kemasan maka perusahaan membuat kemasan bukan hanya sebagai pelindung produk saja tetapi sebagai sarana promosi dan juga daya tarik konsumen, pernyataan tersebut juga oleh Jay Daggar (2024) kemasan *e-commerce* penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan karena ini bagian interaksi fisik yang dilakukan konsumen ketika produk datang.

Maka dari itu saya meneliti Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kemasan pada *marketplace* shopee di toko Solvex.id.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Kualitas Pelayanan**

Persaingan yang ketat dalam industri yang sama, membuat perusahaan akan melakukan pelayanan yang baik agar terjadi kepuasan konsumen dan membuat konsumen loyal terhadap suatu produk atau suatu *brand* dengan melakukan *repeat order*.

Menurut Kasmir (2023) dalam artikel (Pengertian Kualitas Layanan dan Manfaatnya untuk Bisnis - HiToko n.d.):

“Kualitas pelayanan yang baik yaitu yang memberikan tindakan pelayanan yang baik kepada konsumen bertujuan terjadinya kepuasan pelanggan”.

Menurut Daga (2019) dalam bukunya menyatakan bahwa :

“perusahaan akan melakukan tindakan untuk memberikan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik sesuai harapan pelanggan”

### **Kualitas produk**

Produk yang berkualitas akan menjadi bagian penting untuk mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan bisnis, perusahaan akan terus berusaha mempertahankan kualitas produk, karena kualitas produk sangat berkaitan dengan kepuasan konsumen.

Menurut Aprilia, Savitri, and Ichwani (2023) menyatakan bahwa :

“Kualitas Produk merupakan pandangan konsumen terhadap produk yang melihat dari segi keunggulan dari segi keseluruhan bagian dari”

Menurut Daga (2019) dalam bukunya menyatakan bahwa :

“orang yang puas atau melebihi harapan kepada suatu produk maka itu merupakan produk yang memiliki kualitas karena mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen”.

### **Kemasan**

Menurut Kotler & Keller (2019:27) menyatakan bahwa :

“Kemasan merupakan kegiatan membuat atau memproduksi suatu kemasan yang akan memiliki fungsi sangat penting dalam sebuah produk.”

Menurut sucpta nyoman (2019) dalam bukunya menyatakan bahwa :

“Pengemasan makanan dan minuman harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan kosnusmen bersifat global khususnya”.

### **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Ardila (2022) dalam artikel, menyatakan bahwa

“Loyalitas pelanggan adalah tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu merek karena diawali dengan adanya kepuasan konsumen sehingga terciptanya loyalitas konsumen”

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang saya gunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif dengan penekanannya ada pada analisis numerik yang selanjutnya diolah atau di proses menggunakan metode statistik SPSS20. Menurut Creswell (2019) dalam buku *Na and Hipertensiva n.d.* jenis penelitian kuantitatif merupakan kegiatan penelitian dengan cara mengumpulkan data yang selanjutnya akan dianalisis menggunakan metode statistik. Objek dalam penelitian ini merupakan PT. Uqba Lifestyle Indonesia yang merupakan pemilik dari brand Solvex.id. Data yang saya gunakan merupakan data sekunder dan primer

Menurut Sugiyono dalam Gunawan and Sutrisna (2022) dalam jurnalnya mengatakan bahwa :

“ Data primer ialah data yang akan diperoleh langsung dari narasumber dan juga dari data primer lainnya”.

Sedangkan data sekunder adalah data-data yang bukan di dapatkan dari data subyek penelitian atau sumber pertama yang di gunakan untuk penelitian, dalam hal ini data sekunder hanya jadi bagian pelengkap dan penguat dari data primer yang di ambil dari dokumen-dokumen, buku, artikel dan lain sebagainya. Populasinya yaitu orang-orang yang pernah melakukan repeat order di akun marketplace shopee di toko solvex.id, Populasi Menurut Sahir (2021) dalam bukunya menyatakan:

“Populasi merupakan skor keseluruhan dari individu atau orang yang akan di teliti”

Dan dari penelitian ini ada sebanyak seratus orang sampel populasi yang ada, Sampel menurut Sugiyono dalam Rina Hayati (2019)

“Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi yang ada dan dipilih sebagai sampel untuk di teliti”

**HASIL****Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .589 <sup>a</sup> | .347     | .326              | 2.646                      |

a. Predictors: (Constant), Kemasan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

*Hasil olah data dengan SPSS 20*

Dari data di atas menunjukkan nilai R<sup>2</sup> dengan nilai 0,589 atau 58,9%, sehingga dapat diartikan Loyalitas Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Kemasan (X3), sedangkan sisanya 41,9% dipengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)         | 8.441                       | 4.499      |                           | 1.876 | .064 |
|       | Kualitas Pelayanan | .283                        | .112       | .268                      | 2.525 | .013 |
|       | Kualitas Produk    | .191                        | .089       | .199                      | 2.141 | .035 |

|         |      |      |      |       |      |
|---------|------|------|------|-------|------|
| Kemasan | .224 | .091 | .258 | 2.457 | .016 |
|---------|------|------|------|-------|------|

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

*Hasil olah data dengan SPSS 20*

$$Y = 8,441+0,283X1+0,191X2+0,224X3+\varepsilon$$

Nilai Constant sebesar 8,441 menunjukkan bahwa ketika variabel independent (Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, kemasan) bernilai 1 poin, maka keputusan pembelian bernilai 8,441.

Nilai kualitas peayanan (X1) sebesar 0,283 yang berarti variabel Kualitas Pelayanan mempunyai hubungan positif terhadap loyalitas Pelanggan dan nilai koefisien kualitas produk (X2) sebesar 0,191 yang berarti Kualitas Produk mempunyai hubungan yang positif terhadap loyalitas pelanggan, dan nilai koefisien kemasan produk (X3) sebesar 0,224 yang berarti variabel kemasan produk mempunyai hubungan yang positif terhadap loyalitas pelanggan.

**Hasil Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 356.538        | 3  | 118.846     | 16.973 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 672.212        | 96 | 7.002       |        |                   |
| Total        | 1028.750       | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kemasan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

*Hasil olah data dengan SPSS 20*

Dari tabel di ini menunjukkan nilai F hitung sebesar  $16,973 > F$  tabel yaitu 2,7 dengan tingkat signifikan  $0,000 < \alpha 0,05$  (5%). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, kemasan produk dan loyalitas pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Marketplace Shopee di Toko Solvex.id.

## KESIMPULAN

Berlandaskan perolehan penelitian dan pembahasan “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kemasan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Marketplace Shopee di Toko Solvex.id, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwasannya Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kemasan Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Marketplace Shopee di Toko Solvex.id. Penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya menambah jumlah variabel independent seperti menabah Promosi produk, Iklan, dan marketplace ads karena dari hasil uji determinasi ada 41,9% dipengaruhi variabel yang tidak saya teliti .

## REFERENSI

“7 Fakta Yang Menyoroti Pentingnya Kemasan ECommerce.”

Canggih Gumanky Farunik, Puti Lenggo Ginny. 2023. “Tantangan Dan Peluang Bisnis Dalam Beradaptasi Dengan Pasar Generasi Z.” *jurnal Ekonomi dan Biania* 3(1): 487-496.

Daga, Rosnaini. 2019. *Buku 1 , Citra , Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*.

Darmaningrum, Elisabet Erina. 2022. “Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang 2020.” *Skripsi*.

Gunawan, Anto, and Sutrisna Sutrisna. 2022. “Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan.” *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* 1(2): 1–6.

<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>.

- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, Ria Rahmatul Istiqomah. 2022. *LP2M UST Jogja Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Kusnawan, Agus, Silaswara Diana, Andy Andy, and Sefung Tjong. 2019. "Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang." *Sains Manajemen* 5(2): 137–60.
- Mulyani, M. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Surya Indojoya Pratama." *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* 3(1). <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/2009%0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/download/2009/1288>.
- Pengemasan, Kajian, Yang Aman, and Efektif dan efisien. "pangan."
- "Pengertian, Fungsi Dan Indikator Kemasan (Packaging) Suatu Produk."
- "Pengertian Kualitas Layanan Dan Manfaatnya Untuk Bisnis - HiToko."
- Produk, Pengaruh Kualitas, Kualitas Layanan, and Yenny Lego. 2022. "Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Chatime Di Mall Ciputra , Jakarta Barat." 04(01): 31–39.
- Rina Hayati. 2019. "Pengertian Sampel, Ciri, Dan Cara Membuatnya." *Www.Penelitianilmiah.Comsampel*. <https://penelitianilmiah.com/sampel/>.
- Sahir, Syafrida Hafni. 2021. "Metodologi Penelitian - Syafrida Hafni Sahir - Google Buku." [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=5MgfEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=jenis+penelitian+AND+deskriptif+korelatif+AND+metode+penelitian&ots=S98hUX1AsQ&sig=UtaIpO-8YvDFokz2Flunlk53o2M&redir\\_esc=y#v=onepage&q=jenis penelitian AND deskriptif korelatif AN](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=5MgfEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=jenis+penelitian+AND+deskriptif+korelatif+AND+metode+penelitian&ots=S98hUX1AsQ&sig=UtaIpO-8YvDFokz2Flunlk53o2M&redir_esc=y#v=onepage&q=jenis%20penelitian%20AND%20deskriptif%20korelatif).
- Sutanto, Yonathan. 2020. "Pengaruh Kemasan, Harga Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Sepatu Vans." *Diss. Universitas Atma Jaya Yogyakarta* (2018): 2013–15.