

# Pengaruh Kualitas Layanan Pelanggan, Diskon dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia

Naomy Saskia Veronica, Yanti Puspa Rini

Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

naomy.saskia1@gmail.com

yanti.pusparini@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima Maret 2025;  
Perbaikan Maret 2025;  
Diterima April 2025;  
Tersedia online April 2025;

Kata kunci:

Kualitas Layanan Pelanggan  
Diskon  
Kemudahan Penggunaan  
Aplikasi  
Keputusan Pembelian

## Abstrak

Penelitian dibuat untuk mengetahui hasil permasalahan yang terjadi pada Tokopedia dengan Pengaruh Kualitas Layanan Pelanggan, Diskon dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia. Pengujian yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode jenis Asosiatif dengan menghasilkan 132 Populasi diolah dengan menggunakan rumus Hair, pada analisis ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dengan *alpha cronbach* serta menggunakan *probality samplig*. Uji analisis regresi linier berganda, uji r Demikian dijelaskan koefien dengan nilai 0,963, R square X1 dengan nilai 89,9% ( $100\% - 89,9\% = 10,1\%$ ) R square X2 dengan nilai 92,0% ( $100 - 92,7 = 7,3\%$ ), dan R square X3 dengan nilai 92,7 ( $100\% - 92,7\% = 7,3\%$ ). Berdasarkan hasil uji t diperoleh thitung Kualitas Layanan Pelanggan 6.721 lebih besar (>) ttabel 1,660, thitung Diskon 3,639 (>) ttabel 1,660 dan t hitung Kemudahan Penggunaan Aplikasi 3,530 lebih besar (>) ttabel 1,660, pada nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan demikian terdapat pengaruh parsial yang signifikan antara Kualitas Layanan Pelanggan, Diskon dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia. Pengujian simultan pada model 1 diperoleh Fhitung 1159.785 (>) Ftabel dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Untuk model 2 diperoleh Fhitung 741.030 lebih besar (>) Ftabel dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Untuk model 3 diperoleh Fhitung 542.056 lebih besar (>) Ftabel dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Kualitas Layanan Pelanggan, Diskon dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia.

## I. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan era yang berkembang maju pada kehidupan, teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan kemudahan dalam melakukan informasi dan komunikasi dengan cepat (Kusnawan et al., 2019). Teknologi di era sekarang dapat kita manfaatkan dalam kegiatan usaha atau bisnis oleh karena itu terdapat istilah “E- Commerce” yakni suatu aplikasi yang menyediakan sarana untuk para penjual mempromosikan barang dagang kepada pembeli tanpa harus bertemu langsung dengan menggunakan aplikasi elektronik atau online (Comission, 2016). E-commerce (electronic commerce) sebagai konsep baru yang bisa gambarkan sebagai proses jual-beli barang atau jasa pada World Wide Web Internet (Bisnis et al., 2020). Salah satu E-Commerce banyak digunakan konsumen di Indonesia adalah Tokopedia yang didirikan pada 17 Agustus 2009. Dikutip dari beberapa artikel milik: (Fransisca, 2021), (Ika Aprillia dan

Respati Rangga, 2023), (Fitra Shahnaz, 2023) dan (Arif, n.d.) diperoleh data berikut mengenai jumlah pengguna Tokopedia lima tahun terakhir. Kualitas pelayanan kepada konsumen sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan, produsen harus memperhatikan kebutuhan serta kepuasan konsumen yang selalu berubah dan mengikuti tren.

Kualitas sendiri dapat diartikan sebagai nilai suatu produk yang dapat menjadi nilai tambah, kualitas dikatakan baik bila pelanggan merasa puas. Menurut Armaniah dalam jurnal (Laksana, 2019) Kualitas layanan adalah suatu cara pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan yang pengguna butuhkan. Tokopedia menyediakan layanan “Tokopedia Care” yang dapat digunakan konsumen untuk bertanya mengenai kualitas barang, pertanyaan mengenai kesulitan dalam menggunakan aplikasi Tokopedia.

Tokopedia selalu memberikan yang terbaik untuk konsumennya, salah satunya membuat diskon atau potongan harga yang dapat menarik konsumen dalam membeli barang, memberikan potongan harga juga harus memperhatikan permintaan dan penawaran karena adanya perubahan harga, potongan harga atau diskon dapat menarik konsumen untuk datang berbelanja karena secara umum kata diskon sangat mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk berbelanja (Daya et al., 2022). Dengan adanya diskon, konsumen akan menjadi impulsif buying yakni keadaan konsumen yang mudah tertarik untuk membeli suatu barang dengan segera.

Kemudahan dalam penggunaan aplikasi Tokopedia harus diperhatikan karena dengan memudahkan konsumen dalam mengaplikasikan Tokopedia bisa memunculkan efek loyalitas konsumen, karena dengan begitu konsumen tidak perlu susah untuk berbelanja pada aplikasi Tokopedia sehingga pengunjung Tokopedia banyak.

Tujuan yang terdapat dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, pemberian diskon, dan kemudahan penggunaan Aplikasi E-Commerce terhadap keputusan pembelian konsumen.

## II. METODE

Jenis penelitian yang ada di dalam ini adalah jenis Asosiatif yaitu menjelaskan variabel yang dipakai dalam penelitian ini. Selain itu juga metode yang digunakan data kuantitatif yang menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data yang ingin diketahui dengan cara membagikan kuesioner kemudian akan diisi oleh responden.

### Sampel

Menurut (Sugiyono, 2020) mengatakan :

Populasi yakni suatu tempat generalisi yang didalamnya terdapat suatu objek atau subjek yang kualitas dan juga karakteristik ditetapkan oleh peneliti kemudian dipelajari sehingga dapat ditarik kesimpulannya.

Menurut (Sugiyono, 2020) mengatakan :

Sampel adalah sebagian dari jumlah yang terdapat pada populasi, dengan jumlah sample yang diambil mencakup beberapa populasi yang terdapat dalam penelitian. Ukuran sampel yang layak untuk diteliti adalah 100 sampel. Pada penelitian ini menggunakan rumus Hair yang dapat diartikan adalah rumus yang digunakan dalam penelitian yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti menurut et al dalam jurnal (Iii, 2022). Berikut adalah rumus yang dapat digunakan:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 7 \\ &= 16 \times 8 \\ &= 128 \end{aligned}$$

### Pengumpulan Data

Penelitian Lapangan Adalah cara mencari data dengan melakukan observasi langsung dengan objek. Kuesioner Adalah teknik pengumpulan data dengan beberapa daftar pertanyaan

yang dibuat oleh peneliti lalu dibagikan kepada responden, membuat kuesioner peneliti menjadi tahu informasi dicari dan semua yang

| No | Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|----|----------|------------------|------------|
| 1. | X1       | 0,963            | Reliabel   |
| 2. | X2       | 0,949            | Reliabel   |
| 3. | X3       | 0,966            | Reliabel   |
| 4. | X4       | 0,966            | Reliabel   |

dibutuhkan. Penelitian Kepustakaan Adalah mencari data dengan cara melihat dan mempelajari dari sebuah buku, artikel, web yang sesuai dengan penelitian.

### Teknik Analisis Data

Pada penelitian menggunakan aplikasi SPSS 25 untuk menguji dan mengolah data yang dihasilkan dari kuesioner :

1. Uji validitas adalah uji yang dibuat untuk mengetahui valid atau tidak suatu kuesioner dalam menyebarkan informasi tentang penelitian pada kuesioner tersebut. Adapun Rumus yang digunakan pada Validitas adalah :

$$R_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{N \sqrt{(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N})(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N})}}$$

2. Uji ini reliabilitas adalah cara untuk memastikan kuesioner penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data variabel reliable atau tidak. Nilai *Cronbach's* alpha harus melebihi 0,6 sehingga nilai dapat diandalkan.
3. Uji Normalitas data dibuat untuk melihat apakah regresi variabel dependen dan independen memiliki pembagian yang normal atau tidak. Didalam model regresi, variabel yang terdapat dalam penelitian, dan residual memiliki distribusi yang normal.
4. Pada uji Multikolinearitas ini periset dapat menggunakannya untuk melihat adakah hubungan antara dua variabel bebas pada korelasi. Dalam model regresi ini apabila korelasi tidak terjadi tinggi antara variabelnya maka bisa dikatakan model tersebut baik, uji ini menggunakan Tolerance, jika nilai Tolerance < 0,10 maka model regresi tidak ada masalah multikoleniaritas.
5. Pada uji Heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa terdapat titik plotting yang tersebar diatas dan dibawah angka 0 (nol), kemudian titik tersebut tidak membentuk suatu pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa model terbebas dari masalah heteroskedastisitas.
6. Pada Regresi Liner Berganda dapat dijelaskan diliat dengan menggunakan rumus :  

$$Y = -0,606 + 0,249 X1 + 0,284 X2 + 0,485 X3$$
7. Pada uji T dapat diartikan metode statistik yang dapat digunakan untuk menguji seberapa besar tingkat signifikan dan koefisien regresi antara variabel Independen (Kualitas Layanan Pelanggan, Diskon dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E-Commece*) terhadap vadiabel Dependen (Keputusan Pembelian). Nilai  $T_{tabel}$  pada penelitian ini yakni 1,660 dengan nilai signifikansi ( $\alpha$ ) 5% dari  $df = n-K$ .
8. Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara tiga variabel independent secara bersamaan terhadap variabel dependen. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai signifikasinya > 0,05 dengan demikian  $H_0$  diterima.

### Operasional Variabel

Pada variabel penelitian ini terdiri dari variabel Independet (Kualitas Layanan Pelanggan, Diskon dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce*) dan variabel Dependent (Keputusan Pembelian).

## III. HASIL

### Tabel Reliabilitas

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Kualitas Layanan Pelanggan, Diskon dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60

**Tabel Determinasi R Square**

| Model Summary <sup>d</sup> |          |                   |                            |
|----------------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| R                          | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| .948 <sup>a</sup>          | .899     | .898              | 3.229                      |
| .959 <sup>b</sup>          | .920     | .919              | 2.889                      |
| .963 <sup>c</sup>          | .927     | .925              | 2.769                      |

Nilai koefisien determinasi dipilih model 3 yang nilai R square sebesar 0,927 atau sebesar 92,7% yaitu kualitas layanan pelanggan, diskon dan kemudahan penggunaan aplikasi *e-commerce* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia sebesar 92,7% dan sebesar 27,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

**Tabel Uji T**

**Correlations**

|                      |   | Keputusan Pembelian | Kualitas Layanan Pelanggan | Diskon | Kemudahaar Penggunaan Aplikasi E Commerce |
|----------------------|---|---------------------|----------------------------|--------|---|
| Pearson Correlation: | Keputusan Pembelian                       | 1.000               | .948                       | .936   | .923                                      |
|                      | Kualitas Layanan Pelanggan                | .948                | 1.000                      | .932   | .912                                      |
|                      | Diskon                                    | .936                | .932                       | 1.000  | .921                                      |
|                      | Kemudahaan Penggunaan Aplikasi E Commerce | .923                | .912                       | .921   | 1.000                                     |
| Sig. (1-tailed)      | Keputusan Pembelian                       | .                   | .000                       | .000   | .000                                      |
|                      | Kualitas Layanan Pelanggan                | .000                | .                          | .000   | .000                                      |
|                      | Diskon                                    | .000                | .000                       | .      | .000                                      |
|                      | Kemudahaan Penggunaan Aplikasi E Commerce | .000                | .000                       | .000   | .   |
| N                    | Keputusan Pembelian                       | 132                 | 132                        | 132    | 132                                       |
|                      | Kualitas Layanan Pelanggan                | 132                 | 132                        | 132    | 132                                       |
|                      | Diskon                                    | 132                 | 132                        | 132    | 132                                       |

1. Nilai koefisien konstanta adalah -0,606 dengan

nilai negative yang dapat disimpulkan jika tidak ada variabel Kualitas Layanan Pelanggan (X1),

Diskon (X2), Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3) Variabel Keputusan Pembelian (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan nilai -0,606 dapat dilihat bahwa Keputusan Pembelian dianggap tidak tetap.

2. Nilai koefisien beta pada variabel Kualitas Layanan Pelanggan (X1) adalah sebesar 0,249 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan Pelanggan (X1) secara POSITIF dapat meningkatkan Keputusan Pembelian pada Tokopedia.
3. Nilai koefisien beta pada variabel Diskon (X2) sebesar 0,284 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Diskon (X2) secara POSITIF dapat meningkatkan Keputusan Pembelian pada Tokopedia.
4. Nilai koefisien beta pada variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E- Commerce* (X3) sebesar 0,485 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3) secara POSITIF dapat meningkatkan Keputusan Pembelian pada Tokopedia.
5. Nilai koefisien konstanta adalah -0,606 dengan nilai negative yang dapat disimpulkan jika tidak ada variabel Kualitas Layanan Pelanggan (X1), Diskon (X2), Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3) Variabel Keputusan Pembelian (Y).

#### **Tabel Uji F**

| Model |            | Sum of Squares | Df  | Mean Square | F        | Sig.              |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|----------|-------------------|
| 1     | Regression | 12095.022      | 1   | 12095.022   | 1159.785 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 1355.728       | 130 | 10.429      |          |                   |
|       | Total      | 13450.750      | 131 |             |          |                   |
| 2     | Regression | 12373.728      | 2   | 6186.864    | 741.030  | .000 <sup>c</sup> |
|       | Residual   | 1077.022       | 129 | 8.349       |          |                   |
|       | Total      | 13450.750      | 131 |             |          |                   |
| 3     | Regression | 12469.262      | 3   | 4156.421    | 542.056  | .000 <sup>d</sup> |
|       | Residual   | 981.488        | 128 | 7.668       |          |                   |
|       | Total      | 13450.750      | 131 |             |          |                   |

Dari tabel diatas dapat dilihat  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $542,056 > 2,68$ ) dan nilai  $sig$   $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan 3 variabel independent yakni Kualitas Layanan Pelanggan, Diskon dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E- Commerce* mempengaruhi variabel dependen Keputusan Pembelian

### **Berikan penjelasan**

#### **1. Pengaruh Kualitas Layanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian**

Dari pengujian hipotesis (Uji T) dapat disimpulkan variabel kualitas layanan terhadap keputusan pembelian memiliki nilai yakni 0,350 lebih besar dari nilai 0,05 dengan nilai  $T_{hitung}$   $34.056 > 1,660$ . Dengan demikian variabel Kualitas Layanan Pelanggan (X1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) saling berpengaruh positif. Pada Hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya (Tiktok *et al.*, 2023), yang menyatakan bahwa variabel pengaruh kualitas layanan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### **2. Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian**

Dari pengujian (Uji T) dapat disimpulkan bahwa variabel diskon terhadap keputusan pembelian memiliki nilai adalah 0,278 lebih besar dari nilai 0,05 dengan nilai  $T_{hitung}$   $5.778 > 1,660$ . Dengan demikian variabel Diskon (X2) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) berpengaruh positif. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Ponorogo *Et al.*, 2023), yang menyatakan bahwa variabel diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

#### **3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian**

Dari pengujian (Uji T) dapat dipastikan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* terhadap keputusan pembelian nilai  $T_{hitung}$   $3.530 > 1,660$ . Dengan demikian variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh positif. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Cahya

*etal.*, 2020), yang menyatakan variabel kemudahan penggunaan aplikasi

*e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### IV. KESIMPULAN

Menurut hasil riset penelitian ini tentang Pengaruh Kualitas Layanan Pelanggan, Diskon, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengaruh Kualitas Layanan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia dengan hasil pengujian hipotesis (Uji T) pada variabel kualitas layanan pelanggan terhadap keputusan pembelian memiliki nilai  $0,350 > 0,05$ , nilai Thitung  $27,437 > 1,660$ . Dengan demikian variabel Kualitas Layanan Pelanggan (X1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) saling berpengaruh positif.
2. Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia Dengan hasil pengujian hipotesis (Uji T) pada variabel diskon terhadap keputusan pembelian memiliki nilai yakni  $0,278$  lebih besar dari  $0,05$  dengan nilai Thitung  $30,375 > 1,660$ . Dengan demikian variabel Diskon (X2) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) berpengaruh positif.
3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia Dengan hasil pengujian hipotesis (Uji T) pada variabel kemudahan penggunaan aplikasi terhadap keputusan pembelian memiliki nilai  $0,269$  lebih besar dari  $0,05$  dengan nilai Thitung  $34,056 > 1,660$ . Dengan demikian variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh yang positif.
4. Pengaruh Kualitas Layanan Pelanggan, Diskon dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia. Dengan nilai pengujian hipotesis (Uji F) membuktikan nilai Fhitung  $542,056 > 2,68$  dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Dengan begitu dapat dilihat 3 variabel independent yakni Kualitas Layanan Pelanggan, Diskon dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi *E-* mempengaruhi variabel dependent Keputusan Pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, F. (n.d.). *Data Statistik E-Commerce 2024*. Semnesia. Retrieved June 21, 2024, from <https://semnesia.com/blog/data-statistik-ecommerce-indonesia/>
- Bisnis, J. M., Saing, D., & Alwendi, U. (2020). *Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan*. 17(3). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Cepat, M., Mcdonald, S., Surakarta, S. D. I., & Wibowo, F. P. (2015). *14-21-1-Sm.6(November)*, 34–55.
- Fitra Shahnaz, K. (2023). *Pengunjung E-Commerce anjlok di Februari 2023, Ada apa?* <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/09/23/Tokopedia-Jadi-Ecommerce-Dengan-Kunjungan-Tertinggi-Pada-Q2-2021>.  
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/09/23/tokopedia-jadi-ecommerce-dengan-kunjungan-tertinggi-pada-q2-2021>
- Fransisca, L. (2021). *Tokopedia jadi ECommerce dengan kunjungan tertinggi di Indoneia pada Q2 2021*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/09/23/Tokopedia-Jadi-Ecommerce-Dengan-Kunjungan-Tertinggi-Pada-Q2-2021>.  
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/09/23/tokopedia-jadi-ecommerce-dengan-kunjungan-tertinggi-pada-q2-2021>
- Ika, D. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *STEI : Jurusan Ekonomi*, XX(XX), 1–22. file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Jurnal Indo Ika Devi W (2).pdf
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Laksana. (2019). Pemasran adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi produk barang atau jasa. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Sugiyono. (2020). Pengaruh Diklat Virtual Berbasis Pembangunan Karakter Terhadap Peningkatan Soft Skill CPNS Kementrian Perhubungan Di Balai Diklat Pendidikan dan Pelatihan Pembangunan Karakter SDM Transportasi. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 128.