

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Online Shop Shopee (Study Kasus Karyawan PT. Sinwa Perdana Mandiri Pada Penggunaan Aplikasi Shopee)

Daniel Thiodorus¹⁾

^{1)Universitas Buddhi Dharma}

Email : danielthiodorus1202@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan guna mencari tahu berpengaruhkah kualitas pelayanan, variasi produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi online shop Shopee (study kasus karyawan PT. Sinwa Perdana Mandiri pada pengguna aplikasi Shopee). Metode yang dipergunakan oleh penulis adalah metode kuantitatif yaitu dengan memberikan kuesioner terhadap 104 responden pada PT. Sinwa Perdana Mandiri.

Dari hasil data yang diolah oleh penulis dengan IBM SPSS 24.0 didapatkan persamaan linear berganda $Y = -1,662 + 0,397 X_1 + 0,257 X_2 + 0,382 X_3$, yang dimana setiap terjadi suatu peningkatan atau penurunan kualitas pelayanan sebesar 1 poin, yang artinya kepuasan konsumen karyawan PT. Sinwa Perdana Mandiri akan terjadi penambahan atau pengurangan sejumlah 0,397, dan setiap terjadi suatu penambahan atau pengurangan variasi produk sebanyak 1 poin, yang artinya kepuasan konsumen karyawan PT. Sinwa Perdana Mandiri akan mengalami suatu penambahan atau pengurangan sejumlah 0,257, lalu dari penambahan atau pengurangan harga sebanyak 1 poin, yang artinya kepuasan konsumen karyawan PT. Sinwa Perdana Mandiri terjadi suatu peningkatan atau penurunan sejumlah 0,382.

Lewat penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan hasil yang positif atau kuat diantara setiap kaitan antar variabel Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan kata lain kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, dan Harga dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen karyawan PT. Sinwa Perdana Mandiri pengguna aplikasi Shopee.

Kata kunci: Kuantitatif, Pelanggan, Internet, Pemasaran, Toko Online

The Effect of Service Quality, Product Variations and Prices on Consumer Satisfaction in the Shopee Online Application (Case Study of PT. Sinwa Perdana Mandiri Employees in the Use of the Shopee Application)

ABSTRACT

This research was conducted to find out the effect of service quality, product variety, and price on consumer satisfaction in the Shopee online shop application (a case study of PT. Sinwa Perdana Mandiri employees on Shopee application users). The method used by the author is a quantitative method, namely by giving a questionnaire to 104 respondents at PT. Sinwa Perdana Mandiri.

From the results of the data processed by the author with IBM SPSS 24.0 obtained a multiple linear equation $Y = -1.662 + 0.397 X_1 + 0.257 X_2 + 0.382 X_3$, which every time there is an increase or decrease in service quality by 1 point, which means that the customer satisfaction of PT. Sinwa Perdana Mandiri there will be an addition or subtraction of 0.397, and each time there is an addition or a reduction in product variation of 1 point, which means that the customer satisfaction of PT. Sinwa Perdana Mandiri will experience an increase or decrease of 0.257, then from the addition or reduction of the price of 1 point, which means that the customer satisfaction of PT. Sinwa Perdana Mandiri there was an increase or decrease in the amount of 0.382.

Through research conducted by the authors showed positive or strong results between each link between the variables of Service Quality, Product Variation, and Price on Consumer Satisfaction. In other words, the conclusion of this study is that the variables of Service Quality, Product Variation, and Price can affect the Consumer Satisfaction of PT. Sinwa Perdana Mandiri, a Shopee application user.

Keywords: Quantitative, Customer, Internet, Marketing, Online Store

PENDAHULUAN

Didalam perkembangan zaman seperti saat ini banyak kegiatan manusia yang pada dasarnya menggunakan teknologi informasi dan dengan adanya hal tersebut berdampak pada peningkatan pemakaian internet. (Vistara & Resi, 2019)

Kegiatan perbelanjaan yang digunakan melalui internet atau bisa disebut dengan E-commerce. E-commerce yaitu suatu pengguna teknologi informasi dan komunikasi yang dilakukan para pengusaha, orang pribadi atau kelompok terkait untuk melakukan dan memproses bisnis yang dapat memberikan hal yang untung bagi para pelaku usaha. Dengan adanya teknologi tersebut membuat perusahaan atau pembisnis membuka usaha lewat layanan jual-beli online dilihat dari banyaknya kebutuhan masyarakat, mulai dari penampilan, kebutuhan pokok bahkan gaya hidup sehingga perusahaan tersebut membuka secara offline ataupun online. Hal tersebut dilakukan untuk menghemat biaya yang dikeluarkan dan disamping itu juga hal tersebut dilakukan untuk mempermudah masyarakat dan dalam memenuhi kebutuhannya masing-masing agar lebih mudah dan cepat dan bisa menjangkau lebih banyak kalangan dimanapun mereka berada.

Dengan kehadiran Shopee di Indonesia membuat kegiatan perbelanjaan dapat dilakukan dengan mudah, dan memberikan fasilitas pembayaran yang aman, serta sarana logistik yang terpercaya sehingga tak heran banyak yang menggunakan aplikasi online shop Shopee untuk melakukan perbelanjaan. Menurut (Hernawan & Andy, 2019) Setiap pelanggan harus diberikan pelayanan yang memiliki kualitas yang tinggi meskipun pengaduan yang diterima sedikit. Menurut (Apriyani & Sunarti, 2017) Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh setiap konsumen itu sendiri berasal dari perbandingan antara harapan dengan pandangan tentang kinerja yang diberikan.

Rumusan Masalah

Dari penjelasan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas lalu di bahas lebih lanjut oleh penulis yaitu sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada karyawan PT SINWA PERDANA MANDIRI pengguna aplikasi online shopee ?
- b. Apakah variasi produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada karyawan PT SINWA PERDANA MANDIRI pengguna aplikasi online shopee ?
- c. Apakah harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada karyawan PT SINWA PERDANA MANDIRI pengguna aplikasi online shopee ?
- d. Apakah kualitas pelayanan, variasi produk dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada karyawan PT SINWA PERDANA MANDIRI pengguna aplikasi online shopee ?

Tujuan Penelitian

Hal yang didapat dari rumusan masalah yang telah disebutkan dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk:

- a. Mengetahui berpengaruh kualitas pelayanan akan kepuasan konsumen terhadap karyawan PT SINWA PERDANA MANDIRI pengguna online shop Shopee.
- b. Mengetahui berpengaruh variasi produk akan kepuasan konsumen terhadap karyawan PT SINWA PERDANA MANDIRI pengguna online shop Shopee.
- c. Mengetahui berpengaruh harga akan kepuasan konsumen terhadap karyawan PT SINWA PERDANA MANDIRI pengguna online shop Shopee.
- d. Mengetahui berpengaruh kualitas pelayanan, variasi produk, dan harga akan kepuasan konsumen terhadap karyawan PT SINWA PERDANA MANDIRI pengguna online shop Shopee.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Dewi Pertiwi, 2021) kualitas pelayanan adalah nilai peningkatan yang diharapkan. selain itu juga berkaitan dengan tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen.

Pengertian Variasi Produk

Arti kata dari variasi produk yang dijelaskan oleh Kotler dalam (ICHSANNUDIN & PURNOMO, 2021) adalah Sebagai unit tersendiri dalam suatu merek dan lini produk yang dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, dan ciri lainnya

Pengertian Harga

Menurut (MURSALIN, ADI & OCTAVIANI, 2021) pada buku Manajemen Pemasaran I mendefinisikan harga adalah Nilai yang diberikan pada suatu produk atau layanan dan merupakan hasil dari serangkaian perhitungan, penelitian, dan pemahaman yang kompleks serta kemampuan mengambil resiko.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Pengertian kepuasan pelanggan atau konsumen menurut (ADHARI, 2021) adalah Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dari sebuah produk yang dirasakan dengan yang diharapkan.

Pengertian Pemasaran

Pengertian Pemasaran menurut Fandy (SALEH, MUHAMMAD YUSUF & SAID, 2019) yaitu fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal.

METODE

Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan sebuah metode yaitu kuantitatif. (SUGIYONO, 2020) berpendapat bahwa penelitian kuantitatif yaitu sebuah metode penelitian berdasarkan kepada filsafat positivisme, yang dipergunakan guna menganalisa suatu sample maupun populasi tertentu, dimana hasil data yang

dikumpulkan menggunakan data analisis yang sifatnya statistik/kuantitatif serta perangkat dari sebuah penelitian, yang memiliki tujuan yang diperuntukan untuk pengujian hipotesis yang ditentukan.

POPULASI

(SUGIYONO, 2020) berpendapat populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdapat subyek atau obyek yang memiliki kuantitas serta ciri khas tertentu yang telah ditentukan oleh seorang penuli guna mempelajarinya serta nanti akan menarik sebuah kesimpulan.

SAMPLE

Menurut Sugiyono dalam (Dinata et al., 2019) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik Pengumpulan Data

Didalam penelitian ini ada beberapa teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner menurut (SUGIYONO, 2020) yaitu data yang dikumpulkan digunakan dengan teknik responden diberikan sebuah pernyataan ataupun pertanyaan dalam bentuk tulisan lalu akan dijawab oleh responden tersebut. Didalam penelitian ini pernyataan ataupun pertanyaan berhubungan dengan variable yang ada yaitu kualitas layanan, variasi produk, harga serta kepuasan konsumen.

2. Library Research (Riset Kepustakaan)

Mengumpulkan data dengan meninjau literature, bahan-bahan kuliah dan sumber lain yang digabungkan untuk mendukung teori dan analisis.

Uji Validitas

Uji validitas yaitu memiliki tujuan untuk membuktikan tingkat keakuratan ataupun ketepatan suatu instrumen. Uji validitas memiliki tujuan apakah reliabel atau tidaknya suatu pertanyaan didalam menjelaskan suatu variabel.

Menurut Sugiyono (2017) rumus nya dapat ditampilkan dibawah ini:

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{[n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2][n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2]}}$$

Penjelasan :

r	: Koefisien korelasi (validitas)
Xi	: Skor pada subjek item
Yi	: Skor total subjek
XiYi	: Nilai pada poin item n dikalikan skor total
N	: Banyaknya subjek

Kriteria uji validitas:

Dari nilai signifikansi: apabila nilai signifikansi < 0,05, hal tersebut berarti adanya hubungan ataupun bisa dikatakan valid. Tetapi nilai signifikansi > 0,05, artinya tidak ada hubungan ataupun dapat dikatakan tidak valid.

Dari simbol (*) dimana diberi oleh IBM SPSS: apabila ditemukan simbol bintang dibagian pearson correlation, hal tersebut berarti diantara variabel yang sedang dianalisis terdapat hubungan. Dan kebalikannya apabila tidak ditemukan simbol bintang dibagian pearson correlation, hal tersebut berarti diantara variabel yang sedang dianalisis tidak terdapat hubungan. rhitung > rtabel di tingkat signifikansi 0,05 artinya valid lalu jika nilai rhitung > rtabel, artinya tidak valid.

Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji reliabilitas yaitu menentukan apakah suatu alat yang didalam hal tersebut merupakan kuesioner bisa digunakan berulang-ulang untuk didapati nya hasil yang tetap terhadap responden yang sama. peneliti menggunakan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha dengan rumus yaitu sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

Keterangan:

- α = koefisien reliabilitas alpha
- k = total item
- $\sum Si$ = varians responden untuk item I
- St = jumlah varians skor total

Analisis Regresi Linear Berganda

Terdapat persamaan regresi linear berganda yang dikemukakan oleh (Sugiyono, 2017: 286) dapat ditampilkan demikian rumusnya:

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Penjelasan:

- Y' = Variabel dependen (nilai yang ditentukan)
- $X_1, X_2, \text{ dan } X_3$ = Variabel independent
- a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n = 0$)
- b = Koefisien regresi (nilai yang naik ataupun turun)

Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini dipergunakan terhadap dua variabel independen dan satu dependen. Apabila nominal R semakin mendekati angka 1 hal tersebut maka kaitannya semakin erat tetapi apabila nominal R mendekati 0 maka kaitannya semakin lemah.

Rumusnya Menurut Sugiyono (2020) menyatakan bahwa:

$$R_{y \cdot x_1 \cdot x_2} = \sqrt{\frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}}$$

Keterangan:

- y : Kepuasan Konsumen
- x_1 : Kualitas Pelayanan
- x_2 : Variasi Produk
- x_3 : Harga
- Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah satuan yang diperuntukan guna mengetahui sesuai atau tepat antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Nilai koefisien determinasi bisa dilakukan perhitungan menggunakan rumus yaitu:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r² = Koefisien korelasi

Uji Hipotesis

Uji T

Uji t atau uji parsial diperuntukan guna mengetahui pengaruh secara sebagian diantara variabel bebas dengan variabel terikat.

Rumusnya yaitu sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Diketahui: r = Sebagian korelasi yang telah diketahui

n = total sampel

t = thitung lalu akan diperbandingkan dengan ttabel

Uji F

Uji f atau uji simultan diperuntukan untuk diujinya apakah variabel bebas membawa pengaruh secara simultan kepada variabel terikat. Dengan rumus yaitu:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Dimana:

F_h = Fhitung yang akan diperbandingkan terhadap Ftabel

R = Koefisien korelasi berganda

k = total variabel independen

n = total anggota sampel

HASIL

Tabel 1. Regresi Linear Berganda X1,X2, dan X3 terhadap Y

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	104	45.11	4.649
Variasi Produk	104	45.43	4.344
Harga	104	44.88	4.959
Kepuasan Konsumen	104	45.05	4.844
Valid N (listwise)	104		

Sumber : SPSS versi 24

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa:

1. Rata-rata/mean dari Kualitas Pelayanan (X1) melalui 104 responden yaitu 45,11 dan standar deviasinya sebesar 4,649.
2. Rata-rata/mean dari Variasi Produk (X2) melalui 104 responden yaitu 45,43 dan standar deviasinya sebesar 4,344.
3. Rata-rata/mean dari Harga (X3) melalui 104 responden yaitu 44,88 dan standar deviasinya sebesar 4,959.
4. Rata-rata/mean dari Kepuasan Konsumen (Y) melalui 104 responden yaitu 45,05 dan standar deviasinya sebesar 4,844.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa:

Tabel 2. Regresi Linear Berganda X1, X2, dan X3 terhadap Y

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.900	2.150		3.209	.002
	Harga	.850	.048	.870	17.852	.000
2	(Constant)	.349	1.843		.189	.850
	Harga	.485	.057	.497	8.462	.000
	Kualitas Pelayanan	.508	.061	.487	8.299	.000
3	(Constant)	-1.662	1.877		-.886	.378
	Harga	.382	.064	.391	5.975	.000
	Kualitas Pelayanan	.397	.068	.381	5.802	.000
	Variasi Produk	.257	.081	.230	3.167	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: SPSS Versi 24

Berdasarkan data tersebut didefinisikan pasalnya nilai B dikolom Unstandardized Coefficients terdiri berdasarkan nilai constant sebesar -1,662, lalu pada variabel kualitas pelayanan (X1) sejumlah 0,397, pada variabel variasi produk (X2) sejumlah 0,257 serta pada variabel harga (X3) sejumlah 0,382, maka didapati persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,662 + 0,397X1 + 0,257X2 + 0,382X3$$

Apabila variabel X1 (Kualitas Pelayanan) naik 1 poin, variabel Y (Kepuasan Konsumen) naik sebesar 0,397, jika variabel X2 (Variasi Produk) naik 1 poin, variabel Y (Kepuasan Konsumen) naik 0,257, jika Misalnya, jika variabel X3 (Harga) naik 1 poin, variabel Y (Kepuasan Konsumen) naik sebesar 0,382. Untuk nilai konstanta sebesar -

1,662, angka tersebut menjelaskan bahwa Y berada pada -1,662 apabila tidak ada kenaikan poin antara variabel X1, X2, atau X3.

Tabel 3. KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.870 ^a	.758	.755	2.397	.758	318.693	1	102	.000
2	.925 ^b	.856	.853	1.857	.098	68.868	1	101	.000
3	.932 ^c	.869	.865	1.779	.013	10.031	1	100	.002

a. Predictors: (Constant), Harga

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

c. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Variasi Produk

Sumber: SPSS Versi 24 Berdasarkan data tersebut dapat ketahu yaitu:

Bagian R diperuntukan bagi variasi 1 menunjukkan nilai koefisien korelasi berjumlah 0,870. Artinya pengaruh variabel Harga (X3) terhadap kepuasan konsumen dinyatakan kuat. Bagian R Square bagi variasi 1 memperlihatkan nilai R Square berjumlah 0,758. Hasil ini adalah jumlah kuadrat dari koefisien korelasi, ataupun dapat dijabarkan $0,870 \times 0,870 = 0,758$. R-square juga dikatakan sebagai koefisien determinasi. Artinya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 75,8%, dan sisa tersebut ($100\% - 75,8\% = 24,2\%$) terpengaruh faktor lain yang ada. Nilai R Square berkisaran dari 0 ke angka 1, Artinya Jumlah R Square diatas adalah 0,758, apabila besaran angka R Square, maka terjadi hubungan yang kuat dan kebalikannya. Pada bagian Adjusted R Square bagi variasi 1 yaitu 0,755. Bagian Standard Error of The Estimate bagi variasi 1 yaitu 2,397. Descriptive Statistics diatas diketahui nilai standar devisa harga yaitu 4,959, berada diatas Standard Error of The Estimate yang berjumlah 2,397. Dari hal tersebut maka dapat dikatakan regresi ini sangat bagus untuk digunakan.

Bagian R diperauntukan variasi 2 menunjukkan nilai koefisien korelasi berjumlah 0,925. maka pengaruh variabel Harga (X3) dan Kualitas Pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen dinyatakan kuat. Bagian R Square bagi variasi 2 memperlihatkan nilai R Square yang berjumlah 0,856. Hasil ini adalah jumlah kuadrat dari koefisien korelasi ataupun dapat dijabarkan $0,925 \times 0,925 = 0,856$. R Square dikatakan juga sebagai koefisien determinasi. artinta pengaruh kualitas pelayanan kepada kepuasan konsumen yaitu berjumlah 85,6%, dan sisa tersebut ($100\% - 85,6\% = 14,4\%$) terpengaruh faktor lainnya yang ada. Nilai R Square adalah berkisar dari 0 ke angka 1, artinya angka R Square lebih dari 0,856 apabila besaran nilai R Square maka terjadi hubungan yang kuat dan kebalikannya. Pada bagian Adjusted R Square bagi variasi 2 yaitu 0,853. Pada Standard Error of The Estimate bagi variasi 2 yaitu 1,857. Descriptive Statistics diatas diketahui nilai standar devisa kualitas pelayanan yaitu 4,649 berada diatas Standard Error of The Estimate yang berjumlah 1,857. Dari hal tersebut maka dapat dikatakan regresi ini sangat bagus untuk di gunakan.

Bagian R bagi variasi 3 memperlihatkan nilai koefisien korelasi berjumlah 0,932. Artinya pengaruh Harga (X3) dan Kualitas Pelayanan (X1) dan Variasi Produk (X3) terhadap kepuasan konsumen dinyatakan kuat. Bagian R Square bagi variasi 3 memperlihatkan nilai R Square berjumlah 0,869. Hasil ini adalah jumlah kuadrat dari koefisien korelasi ataupun dapat dijabarkan $0,932 \times 0,932 = 0,869$. R Square juga dikatakan sebagai koefisien determinasi. Artinya pengaruh variasi produk terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 86,9%, dan sisa lainnya ($100\% - 86,9\% = 13,1\%$) terpengaruh oleh faktor lainnya. Nilai R Square berkisardi angka 0 ke angka 1, Artinya nilai R Square diatas adalah berjumlah 0,869, apabila besaran angka R Square maka terjadi hubungan yang kuat dan kebalikannya. Pada bagian Adjusted R Square bagi variasi 3 yaitu 0,865. Bagian Standard Error of The Estimate bagi variasi 3 yaitu 1,779. Pada Tabel IV.57 Descriptive Statistics diatas diketahui nilai standar deviasi variasi produk yaitu 4,344 berada diatas Standard Error of The Estimate yang berjumlah 1,779. Dari hal tersebut maka dapat dikatakan regresi ini sangat bagus digunakan.

Uji T

Pada bagian t dapat dilihat thitung untuk kualitas pelayanan (X1) adalah 17,664 dimana dipergunakan tabel distribusi normal t dengan tingkat keyakinan pengujian ($1-\alpha$) sebesar 95% dan tingkat kesalahan (α) $n-2 = 104 - 2 = 102$, didapat angka untuk distribusi t adalah 0,67690. Oleh karena itu thitung kualitas pelayanan lebih besar dari ttabel atau $17,664 > 0,67690$. Lalu didapati thitung variasi produk lebih besar dari ttabel atau $16,985 > 0,67690$. Dan untuk variable Harga thitung harga lebih besar dari ttabel atau $17,852 > 0,67690$, dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima. Pada bagian sig. dapat dilihat nilai untuk kualitas pelayanan berkisar 0,000 dimana probabilitas lalu untuk variasi produk berkisar 0,000 dan untuk harga bernilai 0,000 dimana probabilitas lebih kecil terhadap 0,05, dengan demikian hal tersebut dapat dikatakan Ho ditolak dan Ha diterima.

Tabel 3. UJI F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1830.799	1	1830.799	318.693	.000 ^b
	Residual	585.961	102	5.745		
	Total	2416.760	103			
2	Regression	2068.360	2	1034.180	299.805	.000 ^c
	Residual	348.400	101	3.450		
	Total	2416.760	103			
3	Regression	2100.121	3	700.040	221.085	.000 ^d
	Residual	316.639	100	3.166		
	Total	2416.760	103			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga

c. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

d. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Variasi Produk
Sumber: SPSS Versi 24

Berdasarkan Uji ANOVA diketahui Fhitung harga yaitu berjumlah 318,693 lalu Fhitung kualitas pelayanan yaitu berjumlah 299, Fhitung variasi produk yaitu berjumlah 221,085 berdasarkan tingkatan signifikan $0,000 < 0,05$ serta Fhitung $> F_{tabel}$. Maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, hal tersebut berarti adanya pengaruh linear diantara variabel variasi produk terhadap kepuasan konsumen. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa regresi ini layak dan benar dijalankan.

KESIMPULAN

Adanya pengaruh yang positif serta signifikan diantara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Online Shop Shopee (Study Kasus Karyawan PT. Sinwa Perdana Mandiri Pada Penggunaan Aplikasi Shopee). Uji parsial untuk kualitas pelayanan bernilai 0,905. Maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 90,5% dan tingkat signifikan $0,000 > 0,05$ dan thitung kualitas pelayanan lebih besar dari t_{tabel} atau $17,664 > 0,67690$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Koefisien determinasi (R^2) berjumlah 0,856 yaitu dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 85,6% terhadap kepuasan konsumen dan sisanya 14,4% terpengaruh lewat faktor yang lainnya. Sedangkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,868 yang termasuk dalam kategori hubungan kuat.

Adanya pengaruh yang positif dan signifikan diantara Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Online Shop Shopee (Study Kasus Karyawan PT. Sinwa Perdana Mandiri Pada Penggunaan Aplikasi Shopee). Uji parsial untuk variasi produk sebesar 0,958. Artinya variasi produk memiliki pengaruh sebesar 95,8% dengan tingkat signifikan $0,000 > 0,05$ dan thitung kualitas pelayanan lebih besar dari t_{tabel} atau $16,985 > 0,67690$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Koefisien determinasi (R^2) berjumlah 0,869 maka kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 86,9% terhadap kepuasan konsumen serta sisanya 13,1% terpengaruh melalui faktor yang lainnya. Sedangkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,860 yang termasuk dalam kategori hubungan kuat.

Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Online Shop Shopee (Study Kasus Karyawan PT. Sinwa Perdana Mandiri Pada Penggunaan Aplikasi Shopee). Uji parsial untuk harga sebesar 0,850. Artinya harga memiliki pengaruh sebesar 85% dengan tingkat signifikan $0,000 > 0,05$ dan thitung kualitas pelayanan lebih besar dari t_{tabel} atau $17,852 > 0,67690$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Koefisien determinasi (R^2) berjumlah 0,758 maka kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 75,8% terhadap kepuasan konsumen serta sisanya 24,2% terpengaruh melalui faktor yang lainnya. Sedangkan nilai koefisien korelasi berjumlah 0,870 yang termasuk dalam kategori hubungan kuat.

REFERENSI

- ADHARI, L. Z. (2021). KEPUASAN PELANGGAN DAN BRAND TRUST (T. Q. Media (ed.)). CV PENERBIT QIARA MEDIA.
- Apriyani, D. A., & Sunarti. (2017). Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(2), 1-7.
- Dewi Pertiwi, R. (2021). Pemasaran jasa pariwisata. CV BUDI UTAMA.
- Dinata, V. V., Fung, T. S., & Sutisna, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Le-Mineral Pada Toko Retail Kota Tangerang (Studi Kasus Di Pt. Laris Food Indonesia). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 55. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.187>
- Hernawan, E., & Andy. (2019). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pelanggan Gojek Dan Grab Online Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis - Vol. 17. No. 1 (2019)*, 17(1), 1-13. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>
- ICHSANNUDIN & PURNOMO, H. (2021). MONOGRAF ANALISIS GAYA HEDONIS, STATUS SOSIAL, VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI CITRA MEREK. CV MEDIA SAINS INDONESIA.
- MURSALIN, ADI & OCTAVIANI, D. (2021). MANAJEMEN PEMASARAN.
- SALEH, MUHAMMAD YUSUF & SAID, M. (2019). KONSEP DAN STRATEGI PEMASARAN (SOBIRIN (ed.)). CV SAH MEDIA.
- SUGIYONO. (2020). METODE PENELITIAN KUALITATIF. ALFABETA.
- Vistara, Y., & Resi, P. T. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) (Survey Pelanggan Jasa Transportasi Grab Car di Kampus UBD Tangerang). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 14. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.186>