

Analisis Pengaruh Kualitas Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Shopee)

Devi Ariana Rahmawati,¹ Popon Handayani ²

Info Artikel

Diterima Desember 20, 2023
Revisi Februari 8, 2024
Terbit Maret 31, 2024

Keywords:

Current Ratio
Debt to Asset Ratio
Net Profit Margin
Financial Performance
Transportation and Logistic

ABSTRACT

Changes in communication technology that are very fast have brought extraordinary changes. Offline trading patterns are starting to shift to online business. It can be seen that in the shopee comments or reviews column there are still various complaints from customers indicating that customer satisfaction on the shopee side is still too low. Price is the first reason shopee customers buy the items they want. Service quality is also a consideration for shopee customers. Shopee must provide excellent and satisfying service to customers. With the aim of research to find out how much price quality and service quality affect customer satisfaction in shopee users. The data were processed in this study using an associative method with a quantitative approach. With the results of the calculation of the validity test each obtained a value of $r_{count} > r_{table}$ at a significant value of 5% or 0.195. And the results of the reliability test each obtained a Cronbach's alpha value of 0.705, which was greater than the r_{table} value of 0.195. The results of the classic assumption test, namely the normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test each state that it is feasible to be used as a benchmark. The results of the t test on the price quality variable obtained a significant value of $0.055 < 0.05$, so partially there is a positive effect of price quality on customer satisfaction. The results of the f test on the price quality variable, service quality obtained a sig value of $0.000 < 0.05$, so simultaneously there is a positive influence on customer satisfaction. The results of r square show the value (r square) obtained from the study of 0.237. The r square results mean that 23.7% of the variation in customer satisfaction is influenced by the two variables, namely price quality and service quality. While the remaining 76.3% is influenced by other causes outside the model.

Identitas Penulis:

Devi Ariana Rahmawati,¹ Popon Handayani ²
Universitas Nusa Mandiri

Email: deviarianarahmawati97@gmail.com¹, popon.pph@nusamandiri.ac.id²

1. PENDAHULUAN

Perubahan teknologi komunikasi yang sangat cepat telah membawa perubahan yang luar biasa. Teknologi memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Hal Ini diperlukan hampir di semua bidang kehidupan, di bidang perdagangan tanpa kecuali, manusia dapat menyesuaikan diri dengan

teknologi itu sendiri. Pola perdagangan *offline* mulai bergeser ke bisnis *online*. Berdasarkan kebutuhan dan tuntutan jaman, transaksi yang melalui internet saat ini muncul sebagai bentuk bisnis *online* atau biasa disebut dengan *e-commerce*. [1]

Banyaknya online shop saat ini merupakan pengaruh dari tingginya tingkat pengguna internet di Indonesia. Shopee sebagai salah satu online shop yang paling banyak dikunjungi selama periode tahun 2020, shopee merupakan situs jual beli online yang memiliki fitur-fitur menarik yang berbeda dan memudahkan pengguna dalam mencari produk yang diinginkan konsumen dari online shop lain seperti live chat, hashtag, dan shopee live. Lebih dari 5,5 juta aplikasi shopee telah diunduh melalui google play store dan mendapat rating sebesar 4,7 terlihat di kolom ulasan atau komentar dan masih terdapat berbagai keluhan dari pelanggan. Berdasarkan ulasan yang diberikan pengguna aplikasi shopee di google play store baik penjual maupun pembeli, masih banyak komentar yang memberikan penilaian kurang memuaskan seperti tidak adanya perubahan status pengiriman barang, waktu loading yang terlalu lama, tidak ada penghapusan akun toko yang sudah tidak aktif sehingga masih muncul pada kolom pencarian barang, respons customer service yang tidak dapat menyelesaikan masalah, penjual kesulitan dalam penarikan dana karena ada perubahan sistem keamanan, masih banyak penjual yang menawarkan barang palsu atau tidak sesuai dengan gambar pada sistem pencarian. Dari ulasan pengguna aplikasi shopee masih banyak hal yang perlu ditingkatkan oleh perusahaan shopee agar aplikasi shopee dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi. Banyaknya review negatif dari pelanggan Shopee menandakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan masih terlalu rendah, dan sudah banyak review dari pelanggan lain yang sangat puas dengan pelayanan Shopee. Hal ini dikarenakan tingkat kepuasan orang berbeda-beda. [2]

Online shop shopee harus dapat menawarkan harga yang sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga online shopee harus memahami dan mengerti mengenai harapan pelanggan shopee dengan memberikan harga yang wajar. Harga adalah alasan pertama pelanggan shopee membeli barang yang mereka inginkan. Kualitas layanan juga menjadi pertimbangan bagi pelanggan shopee. Shopee harus memberikan pelayanan yang sangat baik dan memuaskan kepada pelanggan. Jika pihak shopee tidak memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan shopee akan mempertimbangkan kembali untuk berbelanja di shopee, namun jika shopee memberikan pelayanan yang terbaik maka pelanggan shopee akan sangat puas dengan pelayanannya. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Shopee)”.

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan gambaran mengenai pokok-pokok permasalahan yang ada pada objek penelitian, identifikasi masalah berdasarkan latar belakang di atas bagaimana pengaruh kualitas harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada online shop shopee.

1.1 Perumusan Masalah

Rumusan masalah sebagai faktor penentu bahasan yang akan dipaparkan penulis, berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat diambil suatu perumusan masalah yang hendak diteliti yaitu:

1. Apakah kualitas harga (X1) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna online shop shopee?
2. Apakah kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna online shop ?
3. Apakah kualitas harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna online shop shopee?

1.2 Tujuan

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hasil dari sesuatu yang akan dicapai atau dituju dalam sebuah penelitian. Berdasarkan dengan rumusan masalah yang ada, tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna online shop shopee.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna online shop shopee.
3. Untuk mengetahui kualitas harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna online shop shopee.

2. Metode Penelitian

2.1 Pengumpulan Data

a. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap pengguna *online shop shopee* untuk lebih mengetahui permasalahan yang di teliti dan kondisi lapangan.

b. Studi literatur,

Mengumpulkan teori-teori dan referensi pendukung dengan melakukan pencarian di internet seperti buku, jurnal-jurnal penelitian yang terkait analisis pengaruh kualitas harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *online shop shopee*.

c. Kuisisioner,

Dalam pengumpulan data penulis melakukan penyebaran kuisisioner melalui *google form* dengan media *whatsapp* terhadap 100 responden pengguna *online shop shopee*.

2.2 Pengolahan Data

Dalam mengolah data, penulis menggunakan metode skala Likert. Skala Likert adalah salah satu cara untuk mengukur kepuasan pelanggan. Skala Likert adalah skala pengukuran yang dikembangkan oleh Likert pada tahun 1932. Skala Likert berisi setidaknya empat pertanyaan yang digabungkan menjadi skor atau nilai yang mewakili karakteristik individu seperti pengetahuan, sikap, dan perilaku. Skala Likert juga bisa disebut sebagai skala psikometri, yang umum digunakan dalam kuesioner dan merupakan skala yang paling umum digunakan dalam penelitian

2.4. Ruang Lingkup

Dari identifikasi di atas, penelitian membatasi ruang lingkup agar tidak terlalu meluas, sehingga peneliti ini berfokus pada “Analisis Pengaruh Kualitas Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Shopee)”.

2.5 .Tinjauan Pustaka

1.E-commerce

E-commerce merupakan proses transaksional yang dilakukan melalui media atau perantara yaitu berupa situs jual beli online atau jejaring sosial yang menawarkan barang dan jasa yang diperjualbelikan.[3]

2. Harga

Pengertian harga Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345), harga adalah jumlah yang dikenakan untuk suatu produk atau jasa atau untuk memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.[4]

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan penyampaian yang tepat untuk menyeimbangkan harapan pelanggan atau konsumen (Tjiptono, 2005: 59).[5]

4.Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima suatu produk atau jasa yang ditawarkan dan membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan konsumen. Ekspektasi konsumen memegang peranan penting dan memiliki pengaruh besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa).[6]

5. Kualitas

Kualitas adalah istilah yang mengacu pada penyedia layanan, dan agar kualitas menjadi ukuran kebaikan relatif, penyedia layanan harus berkinerja baik. Menurut Chandra dan Tjiptono (2016:145), kualitas adalah seperangkat karakteristik dan atribut suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan eksplisit atau implisit.[7]

2.5 Penelitian Terkait

1. “Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee “Yang di tulis oleh Oktavianus Chrisnamurti Sabda Putra Mediti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan konsumen yang diukur dengan harga dan kualitas e-

service. Dengan hasil penelitian variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi shopee dan variabel kualitas layanan elektronik juga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi shopee. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan kelompok usia lebih dari 31 tahun, menggunakan angket secara online, offline, dan wawancara untuk mendapatkan

data yang lebih sesuai dengan kenyataan, dan melibatkan variabel kualitas produk, loyalitas pelanggan, serta promosi.[8]

2. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada e- Commerce Shopee". Yang di tulis oleh Siti Lam'ah Nasution, Christine Herawati Limbong dan Denny Ammari Ramadhan Nasution. Tujuan penelitian ini adalah menemukan bukti empiris pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan dan harga terhadap keputusan pembelian pada e- commerce shopee, dengan survei yang dilakukan pada mahasiswa S1 Manajemen di Universitas Labuhan Batu. Dengan hasil peneltian Hasil uji hipotesis pada uji parsial menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan dengan nilai Sig $0,020 < 0,05$, variabel Kemudahan dengan nilai Sig $0,019 < 0,05$, serta variabel Harga dengan nilai Sig $0,014 < 0,05$, memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada e- commerce Shopee. Sedangkan untuk variabel Kualitas Produk dengan nilai Sig $0,728 > 0,05$ dan variabel Citra Merek dengan nilai Sig $0,550 > 0,05$ maka tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada e-commerce Shopee.[9]

3. "Pengaruh Harga,Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan E- Commerce Shopee " yang ditulis Muhammad Dariel Fadli

, R. Nurafni Rubiyanti . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kausal. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan menggunakan pengujian Inner Model dapat disimpulkan bahwa variabel Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi variabel Loyalitas Pelanggan sebesar 73,4% yang menyisakan hasil 26,6% yang dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya variabel Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 75,7% yang menyisakan hasil 24,3% yang dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.[10]

Menumbuhkan tubuh akademik bekerja pada subjek laporan keuangan perusahaan, khususnya penggunaan indikator keuangan sebagai metode inti untuk mengukur kinerja keuangan, dan berfungsi sebagai standar yang studi masa depan dapat diukur.

3.1 Hasil dan Pembahasan

a. Hasil uji validitas Harga (X1)

Tabel IV. 1 Hasil Uji Validitas Harga (X1)

No Item	r hitung	r tabel 5%(100)	Keterangan
X1.1	0,609	0,195	Valid
X1.2	0,585	0,195	Valid
X1.3	0,668	0,195	Valid
X1.4	0,727	0,195	Valid
X1.5	0,672	0,195	Valid

Dapat dijelaskan bahwa pada item X1.1, X1.2, X1.3,X1.4, X1.5 dengan hasil r hitung masing-masing 0,609 %, 0,585 %, 0,668 %, 0,727%, 0,672 % lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,195, maka semua item tersebut dikatakan valid.

b. Hasil uji validitas kualitas Pelayanan(X2)

Tabel IV. 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

No Item	r hitung	tabel 5%(100)	Keterangan
X2.1	0,497	0,195	Valid
X2.2	0,600	0,195	Valid
X3.3	0,667	0,195	Valid
X4.4	0,793	0,195	Valid
X5.5	0,724	0,195	Valid

Dapat dijelaskan bahwa pada item X2.1, X2.2, X3.3,X4.4, X5.5 dengan hasil r hitung masing-masing 0,497 %, 0,600 %, 0,667 %, 0,793 %, 0,724 % lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,195, maka semua item tersebut dikatakan **valid**.

c. Hasil uji validitas kepuasan pelanggan (Y)

Tabel IV. 3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

No Item	r hitung	tabel 5%(100)	Keterangan
Y.1	0,637	0,195	Valid
Y.2	0,737	0,195	Valid
Y.3	0,701	0,195	Valid
Y.4	0,572	0,195	Valid
Y.5	0,705	0,195	Valid

Dapat dijelaskan bahwa no item Y.1, Y.2, Y.3, Y.4, Y.5 dengan hasil r hitung masing-masing 0,637 %, 0,737 %, 0,701 %, 0,572 %, 0,705 % lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,195 , maka semua item tersebut dikatakan valid.

2. Hasil uji reliabilitas

a. Hasil uji reliabilitas Harga(X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	0,652
Cronbach's Alpha if Item Deleted	0,626

SEP

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
XX.1	14.4900	4.819	.285	.610
XX.2	14.7200	4.668	.340	.626
XX.3	10.1100	4.159	.400	.588
XX.4	14.7300	4.320	.388	.530
XX.5	14.8300	3.981	.372	.626

Dapat dijelaskan bahwa diperoleh hasil dengan nilai cronbach's alpha yaitu 0,652 lebih besar daripada nilai rtabel 0,195 maka kuisioer tersebut dinyatakan konsisten (reliable).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.667	5

Hasil uji reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	13.4400	5.928	.237	.690
X2.2	14.2200	5.244	.206	.675
X2.3	13.8400	5.148	.446	.604
X2.4	13.8000	4.588	.631	.516
X2.5	13.7800	4.968	.522	.568

Dapat dijelaskan bahwa diperoleh hasil dengan nilai cronbach's alpha yaitu 0,667 lebih besar daripada nilai rtabel 0,195 maka kuisioer tersebut dinyatakan konsisten (reliable).

c. Hasil uji reliabilitas kepuasan pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.697	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	14.3400	4.657	.412	.665
Y2	14.8600	4.264	.537	.612
Y3	15.0100	4.475	.478	.637
Y4	14.5300	5.101	.345	.689
Y5	14.6600	4.486	.493	.631

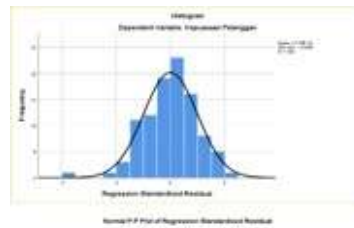
Dapat dijelaskan bahwa diperoleh hasil dengan nilai *cronbach's alpha* yaitu 0,697 lebih besar daripada nilai rtabel 0,195 maka kuisioer tersebut dinyatakan konsisten (reliable).

3. Hasil Uji asumsi klasik

a. Uji Normalitas

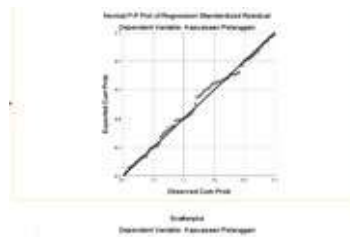
Uji normalitas adalah pengujian data kuisioer dengan tujuan untuk melihat apakah nilai data tersebut bisa dikatakan normal. Dikatakan normal apabila nilai tingkat signifikanya > alpha atau 0,05 begitu juga sebaliknya. Uji normalitas bisa dilakukan dengan 3 tes diantaranya:

1. Tes histogram



Dapat dijelaskan pada gambar menunjukkan titik-titik membentuk sebuah gunung makaduta tersebut dikatakan normal.

2. Tes Plot



SEP

Dapat disimpulkan bahwa dari Gambar menunjukkan jika titik-titik mengikuti garis diagonal dari titik 0 dan tidak melebar terlalu jauh maka data tersebut dikatakan normal.

3. Tes Kolmogorov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standarisasi Residual
N ^a		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27582489
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.046
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^a

SEP

Dapat disimpulkan bahwa dari Gambar menunjukkan tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 atau 0,200 > 0.05 dapat dikatakan data tersebut data normal.

b.Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah cara untuk

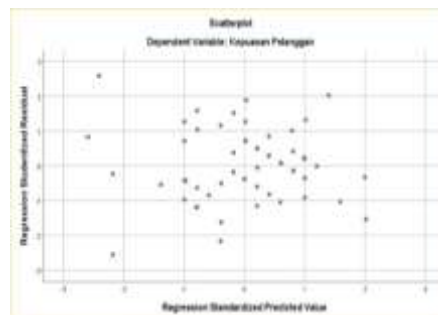
mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas pada data penelitian dengan melibatkan besarnya nilai VIF (Variace Inflation Factor) atau jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance value > 0,1 maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

Model	Coefficients ^a				Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	Std. Error			
1	(Constant)	1.000	1.000		.000		
	Kualitas Harga	.307	.188	.198	.005	.753	1.328
	Kualitas Pelayanan	.307	.188	.307	.005	.753	1.328

Dapat disimpulkan bahwa dari Gambar menunjukkan nilai VIF (*Variace Inflation Factor*) dari variabel kualitas harga(X1) dan kualitas pelayanan (X2) yaitu sebesar 1,328 <

10 dan nilai *tolerance value* yaitu sebesar $0,753 > 0,1$ dapat dikatakan data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji heteroskedasitas



SEP

Dapat disimpulkan bahwa dari Gambar menunjukkan bahwa data menyebar atau titik-titik tidak membentuk suatu pola maka tidak terjadi heteroskedasitas.

d. Uji Analisis Regresi Berganda

Uji analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	Partial				
(Constant)	8,695	1,803		4,820	.000			
Kualitas Harga	.207	.106	.198	1,935	.055	.753	1,328	
Kualitas Pelayanan	.341	.108	.327	3,142	.001	.753	1,328	

Dapat disimpulkan bahwa dari Gambar pada kolom *Unstandardized Coefficients* dapat dilihat persamaan regresi ganda yaitu variable kualitas Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) adalah:

Maka diperoleh nilai $Y = 8,695 + 0,207(X1) + 0,341(X2)$ Dari persamaan diatas

menunjukkan bahwa :

1. Semua variabel bebas yaitu kualitas harga (X1), kualitas pelayanan (X2), memiliki koefisien yang positif, dengan artian semua variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).

a. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

1. Hasil uji t kualitas Harga (X1)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	Partial				
(Constant)	8,695	1,803		4,820	.000			
Kualitas Harga	.207	.106	.198	1,935	.055	.753	1,328	
Kualitas Pelayanan	.341	.108	.327	3,142	.001	.753	1,328	

Dapat disimpulkan bahwa pada tabel *coefficients* pada kolom kualitas harga diperoleh nilai signifikan sebesar $0,055 < 0,05$ maka terdapat pengaruh kualitas harga terhadap kepuasan pelanggan.

2. Hasil uji t kualitas pelayanan (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	Beta				
1	Constant	3,99	1,83			2,18	,033		
	Kualitas Harga	,37	,10	,38	,103	3,61	,001	,73	1,37
	Kualitas Pelayanan	,36	,10	,37	,102	3,51	,001	,73	1,37

Dapat disimpulkan bahwa pada Gambar “coefficients” pada kolom kualitas harga diperoleh nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ maka terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji F

Uji f bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama- sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	159,241 ^a	2	79,621	15,062	,000 ^b
	Residual	912,759	97	9,308		
	Total	1072,000	99			

Dapat disimpulkan bahwa pada Gambar

IV.18 “ANOVA” pada kolom signifikan diperoleh nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ maka variabel (X1), variabel (X2) secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,487 ^a	,237	,221	2,29917

Dapat disimpulkan bahwa pada Gambar Uji koefisien determinan pada “model summary” diketahui bahwa nilai koefisien determinan determinasi (R Square) yang diperoleh dari penelitian sebesar 0,237. dapat diartikan bahwa 23,7 % variasi kepuasan pelanggan ada pengaruh dari kedua variabel yaitu kualitas

harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 76,3 % dipengaruhi oleh sebab-sebab yang lain diluar model penelitian.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dan hasil pembahasan yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil uji validitas. Uji validitas kualitas harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa semua item kuisioner penelitian dikatakan valid. Dengan hasil perhitungan uji validitas masing- masing memperoleh nilai r hitung $> r$ tabel pada nilai signifikan sebesar 5% atau 0,195. Dengan demikian semua item variabel dalam kuisioner penelitian dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.
2. Dari hasil uji reliabilitas. Uji reliabilitas variabel kualitas harga (X1) diperoleh hasil dengan nilai cronbach's alpha yaitu 0,652 lebih besar daripada nilai rtabel 0,195, hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh hasil dengan nilai cronbach's alpha yaitu 0,667 lebih besar daripada nilai rtabel 0,195. Dan hasil uji reliabilitas kepuasan pelanggan diperoleh hasil dengan nilai cronbach's alpha yaitu 0,697 lebih besar daripada nilai rtabel 0,195. Dengan hasil perhitungan uji realibilitas masing- masing

- memperoleh cronbach's alpha > r tabel Dengan demikian semua variabel dalam kuisioer tersebut dinyatakan konsisten (reliable).
3. Dari hasil uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinelitas, dan uji heteroskedasitas masing-masing menyatakan bahwa layak digunakan sebagai tolak ukur dan model penelitian bebas seperti multikolinelitas, heteroskedasitas dengan data-data yang tersebar berdistribusi normal. Dengan hasil uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinelitas, dan uji heteroskedasitas telah memenuhi syarat penelitian uji asumsi klasik untuk menguji hitpotesis penelitian analisis regresi berganda.
 4. Dari hasil analisis regresi berganda yaitu uji t (parsial), uji f (simultan) dan uji koefisien determinan (r square).
 - a) Hasil uji t pada variabel kualitas harga diperoleh nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ maka secara parsial terdapat pengaruh positif kualitas harga terhadap kepuasan pelanggan. Dan hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka secara parsial terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian maka hasil uji t secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
 - b) Hasil uji f pada variabel kualitas harga (X1), kualitas pelayanan (X2) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel (X1), variabel (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap variabel (Y). Dengan demikian maka hasil uji f secara simultan terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
 - c) Hasil koefisien determinan (r square) menunjukkan nilai koefisien determinasi (r square) yang diperoleh dari penelitian sebesar 0,237. Dapat diartikan bahwa 23,7 % variasi kepuasan pelanggan ada pengaruh dari kedua variabel yaitu kualitas harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 76,3 % dipengaruhi oleh sebab-sebab yang lain diluar model.

Saran

1. Aspek Manajerial:

- a)Bagi pihak shopee diharapkan mampu menjaga kepuasan pelanggan terhadap kualitas harga seperti memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk.
- b)Dan memberikan kualitas pelayanan seperti memberikan fasilitas yang memadai dan pelayanan yang lebih baik agar pelanggan shopee tetap setia menggunakan aplikasi shopee untuk berbelanja.

2. Aspek Penelitian :

- a. Peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel selain kualitas harga dan kualitas pelayanan seperti kepercayaan lainnya agar dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- b. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian lainnya atau marketplace yang berbeda namun dengan variabel yang sama yaitu kualitas harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.

3. Aspek Sistem:

- a) Meningkatkan sistem kecepatan akses situs dan aplikasi shopee
- b)Meningkatkan keamanan privasi pelanggan.

REFERENSI

- [1] A. Susilowati, T. Hidayat, R. Pristian Fitri Astuti, F. Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, and I. PGRI Bojonegoro, "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Online Shop Shopee Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Ikip Pgrri Bojonegoro Angkatan 2017)," pp. 1– 8, 2017.

- [2] D. Prantasari and A. N. Sidqi, "Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius," *J. Akunt. dan Manaj.*, vol. 18, no. 02, pp. 12–31, 2021, doi: 10.36406/jam.v18i02.438.
- [3] D. A. Harahap, "Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus," *JRMSI - J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 9, no. 2, pp. 193–213, 2018, doi: 10.21009/jrmsi.009.2.02.
- [4] M. A. Novia, B. Semmaila, and I. Imaduddin, "Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Tata Kelola*, vol. 7, no. 2, pp. 201–212, 2020, doi: 10.52103/tatakelola.v7i2.174.
- [5] D. N. Pane, M. EL Fikri, and H. M. Ritonga, "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN SIDEMPUNAN MEDANitle No Title," *J. Manaj. Tools*, vol. 9, no. 1, pp. 1–11, 2018, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- [6] L. Cucu Sumartini and D. Fajriany Ardining Tias, "Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja," *J. E-Bis*, vol. 3, no. 2, pp. 111–118, 2019, doi: 10.37339/e-bis.v3i2.124.
- [7] W. P. and K. M. B. V. J. Caiozzo, F. Haddad, S. Lee, M. Baker *et al.*, "No

主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析

Title," *Society*, vol. 2, no. 1, pp. 1–19, 2019, [Online]. Available: http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&q=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_.

- [8] Y. F. Rahmandika, L. Puji, and H. Purwanto, "Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen," *EKOBIS J. Ilmu Manaj. dan Akunt.*, vol. 8, no. 1, pp. 65–74, 2020, doi: 10.36596/ekobis.v8i1.319.
- [9] S. L. Nasution, C. H. Limbong, and D. A. Ramadhan, "PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)," *Ecobisma (Jurnal Ekon. Bisnis Dan Manajemen)*, vol. 7, no. 1, pp. 43–53, 2020, doi: 10.36987/ecobi.v7i1.1528.
- [10] M. D. Fadli and R. N. Rubiyanti, "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Pada E- Commerce Shopee," *Angew. Chemie Int. Ed. 6(11), 951–952.*, vol. 8, no. 5, pp. 2013–2015, 202