

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Shopee Express

Salahudin*, Aji Hartono*, dan Juliansi*

* Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel:

Diterima 20 Juni 2024

Disetujui 21 Juli 2024

Keywords:

Kualitas Pelayanan
Kepuasan Pelanggan
Shopee Express

ABSTRAK

Abstract : The increase in goods delivery services in Indonesia has resulted in more and more goods delivery services competing to attract consumer interest, including Shopee Express. One way to attract consumer interest is by providing good service to satisfy Shopee Express service users. This research uses quantitative research methods with a sample size of 112 with a sampling technique in the form of accidental sampling. The research results show that service quality has a positive effect on customer satisfaction using Shopee Express services with a constant value of 3.769 and a service quality variable value of 0.48. The *t* test value (calculation) is $11.283 > t$ (table) 1.98157, so reject H_0 and the *R* Square value is 53.6%. The results of classical assumption testing and data validity and reliability tests are normally distributed and meet the requirements

Abstrak : Meningkatnya pelayanan jasa pengiriman barang di Indonesia mengakibatkan semakin banyaknya jasa pengiriman barang berlomba-lomba menarik minat konsumen tak terkecuali Shopee Express. Salah satu cara menarik minat konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik untuk memberikan kepuasan kepada pengguna jasa Shopee Express. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 112 dengan teknik pengambilan sampel berupa accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Shopee Express dengan nilai konstan sebesar 3,769 dan nilai variabel kualitas pelayanan 0,48. Nilai uji *t* (hitung) $11,283 > t$ (tabel) 1,98157 maka tolak H_0 dan nilai *R* Square sebesar 53,6%. Hasil pengujian asumsi klasik dan uji validitas serta reliabilitas data berdistribusi normal dan memenuhi syarat.

Open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Alamat Korespondensi :

Salahudin,

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah,

Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya,

Kompleks Islamic Centre, Jl. G. Obos, Kota Palangka raya

E-Mail : salahuddinku@gmail.com

PENDAHULUAN

Industri *e-commerce* telah berkembang dengan sangat cepat, memberikan dampak positif pada sektor logistik di Indonesia. Pertumbuhan pesat bisnis *e-commerce* memerlukan layanan pengiriman barang yang andal dan terjangkau untuk mendukung kemajuannya. Persaingan di bisnis jasa pengiriman barang semakin ketat, sehingga penyedia layanan harus mempersiapkan diri dengan baik agar tetap eksis. Dengan meningkatnya tuntutan masyarakat akan layanan pengiriman barang yang andal, perusahaan-perusahaan jasa pengiriman akan berusaha keras untuk menawarkan kualitas layanan yang lebih baik daripada para pesaingnya. (Wijaya & Rizani, 2022, p. 42) Logistik atau jasa pengiriman menyediakan layanan pengiriman produk kepada pelanggan. Sistem pengiriman barang (logistik) memainkan peran penting dalam mendukung atau menghambat perkembangan *e-commerce*, terutama dalam hal kualitas pelayanan kepada konsumen.

Layanan logistik di Indonesia, yang terdiri dari banyak pulau, seringkali sulit dikendalikan. (Nugroho & Magnadi, 2018, p. 2)

Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap barang atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Kepuasan pelanggan terkait dengan penggunaan berbagai jenis layanan seperti jasa ekspedisi, utilitas, infrastruktur, dan jasa lain yang mendukung aktivitas bisnis. Kualitas layanan yang superior dan konsisten dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat fokus pada kebutuhan mereka. Hal ini berdampak positif pada keberhasilan perusahaan, yang sangat bergantung pada loyalitas pelanggannya. (Lorenzi & Lorina Siregar Sudjiman, 2023, p. 303) Shopee adalah sebuah aplikasi e-commerce yang mudah diakses melalui smartphone. Beragam penawaran yang tersedia membuat masyarakat senang berbelanja di Shopee, menjadikannya lebih unggul dibandingkan platform lain. Keunggulan dirasakan konsumen meliputi banyaknya voucher gratis ongkir, fitur COD (bayar di tempat), kemampuan bertransaksi dengan koin, serta layanan ekspedisi sendiri yang disebut Shopee Express. (Unsiyah et al., n.d., p. 221)

Shopee memiliki kantor cabang Shopee Express yang tersebar di beberapa lokasi. Belakangan ini, Shopee Express menjadi sorotan karena banyak paket hilang akibat penumpukan. Estimasi pengiriman sering tidak sesuai dengan yang dijanjikan, dan paket dikembalikan dengan alasan kelebihan beban. Semua penjual diwajibkan menggunakan jasa pengiriman Shopee Express karena fitur ini diaktifkan otomatis oleh Shopee dan tidak bisa dinonaktifkan. Akibatnya, penjual di Shopee tidak memiliki alternatif lain. Menyebabkan banyak pelanggan mengeluh tentang kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman. Hal ini menurunkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Dari uraian latar belakang di atas maka disini peneliti dapat merumuskan sebuah rumusan masalah yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu melihat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa shopee express.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain, seperti konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, atau penumpang, dengan tingkat kepuasan yang hanya dapat dirasakan oleh pemberi dan penerima layanan. (Henti et al., 2021, p. 216). Kualitas pelayanan adalah serangkaian aktivitas yang tidak kasat mata yang terjadi akibat interaksi antara konsumen dan karyawan, atau elemen lain yang disediakan oleh perusahaan penyedia layanan, yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah konsumen. Instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan didasarkan pada instrumen yang telah dikembangkan. Kualitas layanan sangat penting untuk memastikan produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen, karena pelanggan yang tidak puas cenderung beralih ke penyedia layanan lain. Menurut Parasuraman (2011) dalam Nugroho dan Magandi, ada lima dimensi kualitas layanan: keandalan (reliability), berwujud (tangibles), ketanggapan (responsiveness), keyakinan (assurance), dan empati (empathy). (Nugroho & Magnadi, 2018, p. 11)

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari berbagai upaya perusahaan untuk menarik pelanggan. Menurut Consuegra, kepuasan pelanggan diukur berdasarkan kesesuaian harapan, persepsi kinerja, penilaian pelanggan, harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. (Nugroho & Magnadi, 2018, p. 15) Mengakomodasi kebutuhan pelanggan adalah tujuan utama setiap perusahaan. Selain menjadi faktor krusial bagi kelangsungan bisnis, memenuhi kebutuhan pelanggan juga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. Pelanggan yang puas dengan produk dan layanan cenderung untuk melakukan pembelian ulang dan menggunakan kembali layanan tersebut ketika membutuhkannya di masa mendatang. Ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam pembelian ulang, yang merupakan bagian terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Menurut Tjiptono, setiap pelanggan memiliki preferensi, perilaku, dan cara berkomunikasi yang berbeda ketika menggunakan produk. Umumnya, program kepuasan pelanggan memiliki beberapa indikator, termasuk:

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat untuk kembali berkunjung
- 3) Kesiapan untuk merekomendasikan. (Wijaya & Rizani, 2022, p. 41)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pengkajian kuantitatif asosiatif kausal. Kemudian menggunakan metode analisis regresi linear sederhana. Selain itu, peneliti juga menggunakan data primer melalui kuesioner yang di sebar secara acak melalui grup WhatsApp. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara acak. Adapun teknik dalam penentuan sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah *accidental*

sampling dan rumus yang digunakan dalam penelitian adalah rumus lemeshow. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh pengguna jasa Shopee Express, sedangkan dapat diketahui bahwa sampel yang diperlukan menurut rumus lemeshow yaitu sebanyak 112 sampel. Pada pengumpulan data ini menentukan cara kuesioner yang dilakukan secara online melalui google form yang disebarakan melalui WhatsApp. Kemudian hasil responden yang diperoleh oleh penulis melalui *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 26.

Adapun metode analisis yang digunakan yaitu uji statistic regresi sederhana berupa uji parsial dan koefisien determinasi dan uji asumsi klasik untuk regresi sederhana berupa uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

Uji Statistik

Uji Parsial (T)

Uji statistik t atau uji parsial yaitu untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari variabel independen secara individual dalam menerangkan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan seberapa besar dampak variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, yang tercermin dalam nilai adjusted R-Squared. Koefisien determinasi mengindikasikan seberapa jauh variabel bebas dalam model regresi berkontribusi dalam menjelaskan variasi dari variabel terikatnya. Informasi tentang koefisien determinasi dapat ditemukan dalam nilai R-square (R²) di bagian Model Summary tabel. (Ghazali, 2016)

Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Tujuan utama dari regresi linier sederhana adalah untuk memprediksi nilai Y berdasarkan nilai X. Rumus regresi linier sederhana dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Di mana:

Y adalah variabel dependen (nilai yang diprediksi)

X adalah variabel independen (nilai yang digunakan untuk prediksi)

a adalah konstanta atau titik potong Y

b adalah koefisien regresi atau beta yang menunjukkan seberapa besar perubahan Y terhadap perubahan X

Untuk menghitung nilai a dan b, digunakan rumus sebagai berikut:

$$B = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$A = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

Di mana:

N adalah jumlah data

$\sum xy$ adalah jumlah perkalian antara X dan Y

$\sum x$ adalah jumlah X

$\sum y$ adalah jumlah Y

$\sum x^2$ adalah jumlah kuadrat X

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada regresi linear sederhana dapat digunakan peneliti untuk membantu dalam proses analisis model yang digunakan. Jika model yang telah dipilih dan digunakan oleh seorang peneliti baik bagi penelitiannya, maka dapat menjadi rekomendasi bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan referensi model penelitian tersebut dalam memecahkan sebuah permasalahan. (Juliandi et al., 2014, p.160) Dalam uji asumsi klasik dapat dilakukan pengujian melalui uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk memeriksa apakah data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data sangat penting dalam statistik karena banyak metode analisis parameter statistik yang memerlukan asumsi normalitas data. (Purwoto, 2012, p. 97)

b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi $Y=f(X, X, \dots, X)$ juga memprasyaratkan nilai & memiliki varians yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Varian dari & dinyatakan dalam nilai σ^2 . Jika nilai σ bersifat konstan dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, maka kondisi ini disebut dengan homoskedastis. Sedangkan jika nilai σ^2 berbeda dari satu pengamatan dengan pengamatan lainnya maka disebut heteroskedastis. Model regresi harus menghasilkan nilai & yang bersifat homoskedastis atau non-heteroskedastis. Untuk keperluan ini maka perlu dilakukan uji heteroskedastisitas dari model regresi yang kita bangun.

Kriteria hipotesis:

H_0 = Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H_1 = Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi apakah kuesioner dapat dijadikan alat ukur yang tepat dalam penelitian ini. Kuesioner dianggap valid jika nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, dan dianggap tidak valid jika nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel. Didapatkan hasil nilai dari r -tabel dengan jumlah data yang digunakan yaitu 112 sebesar 0,1857 maka nilai r -hitung harus melebihi dari 0,1857 untuk dapat dikatakan valid.

Tabel 1. Uji Validitas

Item Pernyataan	r-hitung	Keterangan
X1	0,691	Valid
X2	0,772	Valid
X3	0,679	Valid
X4	0,620	Valid
X5	0,702	Valid
X6	0,798	Valid
X7	0,710	Valid
X8	0,730	Valid
X9	0,738	Valid
X10	0,547	Valid
Y1	0,739	Valid
Y2	0,693	Valid
Y3	0,725	Valid
Y4	0,775	Valid
Y5	0,711	Valid
Y6	0,669	Valid

Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi kuesioner. Kuesioner dianggap reliabel atau konsisten jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 namun jika nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,60, maka kuesioner dianggap tidak reliabel atau tidak konsisten.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,884	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,812	Reliabel

Persamaan Model Regresi Sederhana

Selanjutnya untuk menentukan persamaan regresi sederhana dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Shopee Express, maka didapatkan hasil sebagai berikut

Tabel 3. Persamaan Regresi Sederhana

Model	Unstandardized B
Constant	3,769
Kualitas Pelayanan (X)	0,487

Maka dapat diketahui persamaan regresi sederhana dari output spss tersebut adalah $Y = 3,769 + 0,487x$. Artinya setiap kualitas pelayanan bernilai 0 maka kepuasan pelanggan bernilai konstan 3,769.

Sedangkan setiap kenaikan kualitas pelayanan maka akan berdampak menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,487.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4. Uji Parsial

Model	t	Sig
Constant	2,304	0,023
Kualitas Pelayanan (X)	11,283	0,000

Dari hasil output spss di atas menggunakan tingkat kepercayaan 5% maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari kualitas pelayanan yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti lebih besar nilai alpha dibandingkan dengan nilai signifikansi kualitas pelayanan. Sedangkan nilai t (hitung) $11,283 > t$ (tabel) 1,98157 sehingga tolak H_0 dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model	R Square
	0,536

Dilihat pada hasil di atas maka nilai R Square bernilai 0,536 yang artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 53,6% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 46,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diangkat oleh peneliti.

Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tiled)	0,083

Hasil dari uji normalitas di atas menunjukkan $0,083 > 0,05$ berarti nilai uji normalitas lebih dari nilai alpha sehingga dapat dikatakan data residual yang diuji berdistribusi normal

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model	Sig
Constant	0,073
Kualitas Pelayanan (X)	0,862

Untuk melihat data memiliki gejala heteroskedastisitas dapat dilihat dari nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Dari hasil di atas maka kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi $0,862 > 0,05$ maka data tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

KESIMPULAN

Pada hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada jasa Shopee Express memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Shopee Express. Adapun nilai dari hasil uji t yaitu sebesar t (hitung) $11,283 > t$ (tabel) 1,98157 dengan R Square bernilai 53,6%, sedangkan 46,4% lainnya dapat dipengaruhi oleh variabel lain di luar objek penelitian yang peneliti lakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Henti, P., Efrina, M., & Ani, C. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen pada JNE Cabang Palembang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 214–221.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi*. UMSU PRESS.
- Lorenzi, N., & Lorina Siregar Sudjiman. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(2), 303–311. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i2.1033>

- Nugroho, A., & Magnadi, R. H. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Lazada Express Saat Harbolnas Di E-Commerce. *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Purwoto, A. (2012). *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Unsiyah, A. A., Arifin, R., & Arsyanto, M. T. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Wijaya, M. H., & Rizani, N. C. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Shopee Express Dengan Metode Servqual. *Presisi*, 24(1), 41–50. <https://ejournal.istn.ac.id/index.php/presisi/article/view/1145/763>