

## PENGARUH POTONGAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE

Lusinda Sirait<sup>1</sup>, Desi Adestora Sinaga<sup>2</sup>, Agus Edy Rangkuti<sup>3</sup>  
Manajemen Bisnis<sup>1,2,3</sup>, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan  
lusindasirait@students.polmed.ac.id<sup>1</sup>, desisinaga@students.polmed.ac.id<sup>2</sup>,  
agusrangkuti@polmed.ac.id<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Perkembangan internet menunjang kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhannya, salah satunya adalah penggunaan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu. Banyaknya jenis *e-commerce* yang ada menyebabkan tingkat persaingan yang tinggi sehingga diperlukan upaya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Shopee adalah salah satu *e-commerce* yang memberikan potongan harga dan kualitas pelayanan sebagai upaya memberikan kepuasan pelanggan. Upaya yang dilakukan dapat memuaskan sebagian besar pelanggan, namun tidak sedikit pelanggan yang belum merasa puas terutama bagi mahasiswa yang cenderung lebih berminat untuk bertransaksi pada Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shopee pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Medan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* sebanyak 97 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan menggunakan Skala *Likert*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat pengaruh yang cenderung lemah.

**Kata Kunci** : Potongan Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Keberadaan internet yang semakin berkembang di seluruh dunia memberikan perubahan terhadap aspek kehidupan manusia terutama dalam pemenuhan kebutuhan sebagai penunjang hidup. Indonesia berada pada urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia yaitu mencapai 212,35 juta jiwa dari total populasi 276,36 juta jiwa. Sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia menggunakan layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu dan menjadi persentase pengguna *e-commerce* tertinggi di dunia tahun 2021. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia yang sangat pesat berdampak pada tingginya tingkat persaingan diantara perusahaan penyedia *e-commerce* untuk mendapatkan pelanggan dengan melakukan berbagai upaya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dan salah satunya adalah dengan pemberian potongan harga. Pemberian potongan harga akan lebih memuaskan pelanggan apabila kualitas pelayanan yang diterima baik, untuk itu perusahaan penyedia *e-commerce* harus dapat memastikan bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan untuk menciptakan rasa percaya dan pengalaman transaksi yang memuaskan. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan sehingga menimbulkan keinginan pelanggan untuk menjalin relasi yang saling menguntungkan dalam jangka panjang.

Shopee adalah perusahaan teknologi multinasional Singapura dengan fokus utama pada *e-commerce* yang diluncurkan di Singapura pada Februari 2015 dan baru beroperasi selama tujuh tahun. Shopee menawarkan keamanan belanja *online* melalui layanan escrow sendiri yang disebut "Jaminan Shopee", yaitu layanan yang menahan pembayaran kepada penjual sampai pembeli menerima pesanan mereka. Layanan escrow memiliki pengertian yaitu sebagai suatu layanan yang memungkinkan sebuah barang disimpan oleh pihak ketiga sementara menunggu isi kontrak dipenuhi. Kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan akan mempengaruhi persepsi mereka terhadap Shopee. Hasil riset yang dilakukan oleh SnapCart yaitu aplikasi yang menawarkan cashback pada tahun 2021 terhadap 1000 responden yang tersebar di Indonesia, menunjukkan

sebanyak 63% atau 630 responden berpendapat bahwa Shopee adalah *e-commerce* yang paling mengutamakan pelayanan prima, artinya terdapat 27% atau 270 responden yang berpendapat bahwa pelayanan Shopee belum dapat dikatakan prima sehingga mereka tidak memilih pelayanan prima sebagai alasan mereka menggunakan Shopee.

Fakta ini menarik perhatian penulis untuk mengetahui faktor utama yang mendorong konsumen melakukan transaksi dan berdasarkan survei Jejak Pendapat (JAKPAT) kepada 1.054 responden pada tahun 2021 diketahui bahwa faktor utama yang mendorong konsumen melakukan transaksi pada Shopee adalah banyaknya potongan harga dan program promosi yang ditawarkan yaitu 82% atau 864 orang dari total responden. Perbandingan persentase antara faktor pendorong dengan alasan pelayanan prima maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat konsumen yang belanja dengan potongan harga dan promosi tetapi tidak mendapatkan pelayanan yang baik sehingga tidak puas dalam melakukan transaksi. Pernyataan ini didukung oleh informasi yang didapat dari media konsumen, yaitu situs yang berisikan tanggapan konsumen terhadap transaksi yang mereka lakukan. Informasi yang didapatkan adalah bahwa terdapat beberapa pelanggan yang membeli produk dengan potongan harga namun tidak mendapatkan pelayanan yang baik. Keluhan mengenai promosi yang disediakan Shopee sangat jarang ditemukan sehingga promosi tidak dimasukkan dalam penelitian ini dan hanya berfokus pada potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Tanggapan konsumen yang merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan oleh Shopee atas pembelian produk dengan potongan harga dapat didalam tabel berikut:

**Tabel 1.** Ketidakpuasan Pelanggan terhadap Shopee

No.	Permasalahan
1.	Atas nama Musa dengan nomor pemesanan 220104W27RCAC2 melakukan pembelian produk Artrivit Cream dengan potongan harga Rp 56.250,- dengan jaminan keaslian barang 100% dari toko. Pembeli merasa ditipu penjual karena isi produk tidak sesuai dengan kemasan dan merupakan produk palsu. Saat dilakukan pengembalian barang pihak Shopee tidak dapat memproses pengajuan.
2.	Atas nama Sri Sukaryatun dengan nomor pesanan 210627CEXKPPXD dengan nomor pemesanan 220104W27RCAC2 membeli ponsel iPhone di Erafone Shopee Mall dengan potongan harga berupa diskon sebesar Rp 1.200.000 tanggal 27 Juni 2021,- . Produk yang diterima berbeda dengan pesanan maka diajukan pengembalian dana dan terselesaikan pada tanggal 16 Juli 2021.
3.	Atas nama Steve R.P. membeli sebuah meja laptop dengan potongan harga berupa voucher dan barang yang dikirimkan bukan meja laptop melainkan barang dengan harga lebih murah. Saat pengajuan pengembalian barang Customer Service Shopee bersikap tidak sopan dan tidak menepati janji untuk menyelesaikan permasalahan konsumen.

Hasil survei awal yang telah dilakukan menunjukkan bahwa sebesar 30,4% dari total jumlah mahasiswa program studi manajemen bisnis yaitu sebanyak 97 orang menggunakan aplikasi Shopee untuk melakukan transaksi belanja *online*, membayar tagihan, memesan makanan serta transaksi lainnya seperti *top up* dan hiburan. Tanggapan responden terkait potongan harga dan kualitas pelayanan menegaskan bahwa terdapat responden yang merasa tidak puas dalam melakukan transaksi di Shopee karena potongan harga yang mengurangi kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian dan fenomena diatas maka penulis tertarik untuk menulis karya ilmiah berupa skripsi untuk mengkaji lebih dalam fenomena yang ada dengan memilih judul: **Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Medan).**

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian dengan melihat fenomena dan kenyataan yang ada, maka dirumuskan ke dalam pertanyaan pertanyaan (*research question*) seperti dibawah ini:

- 1) Apakah potongan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Shopee?
- 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Shopee?
- 3) Apakah potongan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Shopee secara simultan?

**Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- 1) Mengetahui pengaruh potongan harga terhadap kepuasan pelanggan Shopee
- 2) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shopee
- 3) Mengetahui pengaruh potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shopee secara simultan

**TINJAUAN PUSTAKA****Potongan Harga**

Menurut Bayu dalam Mafazah (2020), potongan harga merupakan strategi yang dilakukan perusahaan dengan memberikan pengurangan harga dari harga yang sudah ditetapkan dan potongan harga dijadikan sebagai metode adaptasi harga. Pemberian potongan harga dilakukan agar konsumen dapat melakukan pembayaran lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan dan menjadi suatu strategi penjualan dari pihak perusahaan agar pembelian dalam jumlah yang besar dapat terwujud.

**Indikator Potongan Harga**

Nuryani (2021) berpendapat bahwa indikator potongan harga adalah sebagai berikut:

- 1) Konsumen melakukan pembelian karena terdapat potongan harga
- 2) Konsumen selalu membeli produk dengan jumlah yang banyak agar mendapatkan potongan harga
- 3) Konsumen membeli produk karena harganya yang terjangkau
- 4) Konsumen membeli produk hanya pada musim tertentu saja
- 5) Konsumen hanya membeli varian produk yang terdapat potongan harga
- 6) Potongan yang diberikan sangat menarik konsumen untuk melakukan pembelian

**Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler dalam Lutfiana dan Hadi (2019), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi.

**Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler dalam Afifi dan Widodo (2021), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Bentuk Fisik (*tangible*), suatu layanan tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium, dan tidak bisa diraba sehingga aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap suatu layanan.
- 2) Keterandalan (*reliability*), keterandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para penjual atau *customer service* dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap.
- 4) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan.
- 5) Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen.

**Kepuasan Pelanggan**

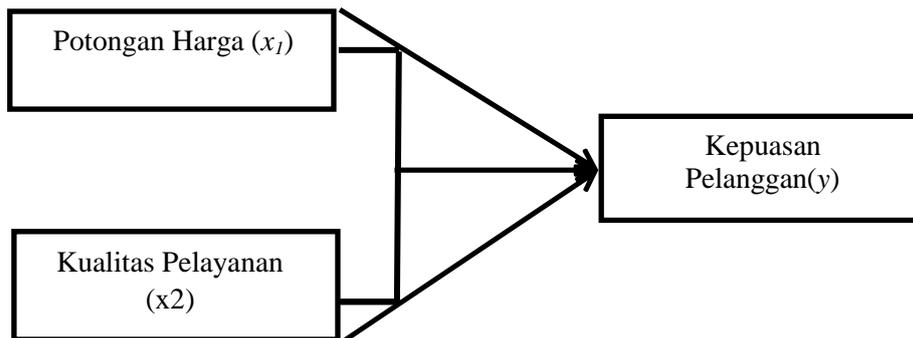
Menurut Ndun (2019), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diterima terhadap kinerja yang diharapkan. Kinerja yang berada dibawah harapan pelanggan akan membuat pelanggan merasa tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan dikatakan puas dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan dikatakan amat puas atau senang.

### Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dalam Widiana, dkk (2019), dimensi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1) Kesesuaian harapan, yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan
- 2) Merekomendasikan kepada orang lain, yaitu ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga
- 3) Minat datang kembali, yaitu kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

### Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual  
Sumber: Lusinda Sirait, 2022

### Hipotesis

Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan yang bersifat sementara mengenai suatu permasalahan yang harus dibuktikan kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Adapun hipotesis dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1:

H<sub>0</sub>.1: Potongan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Shopee

H<sub>a</sub>.1: Potongan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Shopee

Hipotesis 2:

H<sub>0</sub>.2: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Shopee

H<sub>a</sub>.2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Shopee

Hipotesis 3:

H<sub>0</sub>.3: Potongan harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Shopee secara simultan

H<sub>a</sub>.3: Potongan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Shopee secara simultan

### METODE PENELITIAN

#### Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut Supranto dalam Zarkasi, dkk (2021) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan membandingkan dua variabel untuk mengetahui selisih atau rasio yang kemudian menyimpulkan yang dibandingkan, bisa rata-rata proporsi dan berbagai nilai koefisien. Menurut Sugiyono dalam Zarkasi, dkk (2021), metode asosiatif merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih.

**Ruang lingkup (Populasi dan Sampel)**

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah 320 orang mahasiswa Politeknik Negeri Medan Program Studi Manajemen Bisnis dan telah dilakukan survei awal yang menunjukkan bahwa terdapat 30,4% dari total jumlah mahasiswa yaitu sebanyak 97 orang yang merupakan pengguna Shopee. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh sehingga jumlah sampel penelitian adalah 97 orang.

**Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Politeknik Negeri Medan Program Studi Manajemen Bisnis, yang berlangsung dari bulan April-Juni 2022.

**Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner atau angket yaitu seperangkat pertanyaan yang harus dijawab oleh responden yang digunakan untuk mengubah berbagai keterangan yang langsung diberikan oleh responden, dimana setiap item pernyataan menggunakan Skala Likert 1-5 dengan gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Teknik pengumpulan data juga dilakukan dengan studi pustaka, yaitu segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan sedang diteliti.

**Analisis Data**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif sehingga menggunakan teknik analisis data yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis. Analisis data dilakukan dengan uji statistik yang terdiri dari uji kualitas data (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas), uji regresi linear berganda, serta uji hipotesis (uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan uji koefisien determinasi (uji  $R^2$ ).

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Hasil Uji Validitas Data**

Uji validitas dilakukan menggunakan SPSS versi 25 untuk mengukur sejauh mana ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti yang diukur. Pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan berdasarkan hasil uji validitas penelitian ini diketahui bahwa seluruh pernyataan valid.

**Hasil Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur keabsahan suatu kuesioner dan kuesioner dapat dinyatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha lebih besar dari nilai yang disyaratkan yaitu 0.6. Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 25, butir-butir pernyataan dari masing-masing variabel memenuhi syarat *Cronbach's Alpha*, yaitu lebih besar dari 0,60 yang membuktikan bahwa jawaban dari responden adalah reliable, stabil, konsisten, dan handal.

**Hasil Uji Normalitas**

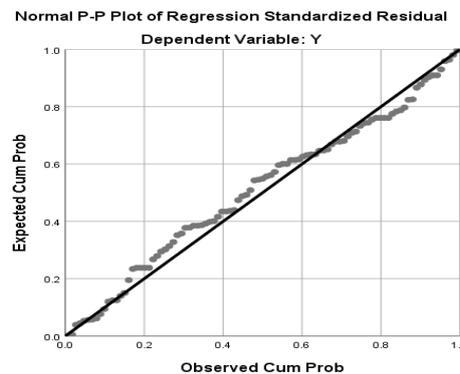
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Mufarizzaturrizkiyah, dkk (2020), jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov  $> 0,05$ , maka terdistribusi normal dan sebaliknya apakah hasil uji Kolmogorov-Smirnov  $< 0,05$  maka data dalam penulisan tersebut dikatakan tidak normal. Ketentuan *P-P Plots* yaitu sejajar atau tidak menyebar terlalu jauh dari garis maka data berdistribusi normal.

**Tabel 2.** Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.000000
	Std. Deviation	1.97378325

Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.066
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.182 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Pada grafik P-Plot, apabila plot dari keduanya berbentuk linear (dapat didekati oleh garis lurus), maka hal ini merupakan indikasi bahwa residual menyebar normal. Bila pola titik-titik yang selain diujung-ujung plot agak menyimpang dari garis lurus, dapat dikatakan bahwa sebaran data (dalam hal ini residual) adalah menyebar normal. Dari gambar di bawah ini dapat dilihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal yang menyatakan data berdistribusi normal.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot  
Sumber: Lusinda Sirait, 2022

### Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas pada data dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance value* dan *Varians Inflation Factor (VIF)*. Batasan umum yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai *VIF (Varians Inflation Factor)* > 10. Apabila nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai *VIF (Varians Inflation Factor)* < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini :

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.936	2.005		2.46	.016		
POTONGAN HARGA	.454	.091	.460	4.968	.000	.710	1.408
KUALITAS PELAYANAN	.279	.093	.279	3.011	.003	.710	1.408

Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Pada Tabel 3 terlihat bahwa nilai *tolerance* semua variabel bebas adalah 0,710 lebih besar dari nilai ketetapan 0,1 dan nilai VIF semua variabel bebas adalah 1,408 lebih kecil dari nilai ketepatan 10. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini adalah tidak mengalami masalah multikolinearitas.

### Hasil Uji Heterokedastisitas

Pada penelitian ini, uji heterokedastisitas dilakukan melalui uji glejser. Melalui uji glejser, apabila regresi variabel bebas terhadap variabel absolut residual pada tabel *coefficients* dianggap tidak terjadi heterokedastisitas jika nilai signifikansi  $> 0,05$ . Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan *Glejser Test* dapat dilihat pada Tabel 4 dibawah ini:

**Tabel 4.** Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.069	1.281		3.177	.002		
	POTONGAN HARGA	-.075	.058	-.153	-1.278	.204	.710	1.408
	KUALITAS PELAYANAN	-.038	.059	-.076	-.637	.525	.710	1.408

Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan Tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada hasil pengolahan SPSS menggunakan *Glejser Test* berada diatas 0,05 yaitu sebesar 0,204 untuk Potongan Harga ( $X_1$ ) dan 0,525 untuk Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) . Hal ini menunjukkan bahwa baik variabel Potongan Harga ( $X_1$ ) maupun variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis seberapa besar hubungan dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil pengujian pengaruh variabel bebas (potongan harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) dengan menggunakan uji regresi linear berganda pada program SPSS 25 disajikan sebagai berikut:

**Tabel 5.** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.936	2.005		2.462	.016		
	Potongan Harga	.454	.091	.460	4.968	.000	.710	1.408
	Kualitas Pelayanan	.279	.093	.279	3.011	.003	.710	1.408

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan nilai dari hasil pengolahan data menggunakan *SPSS 25* yang tertera pada Tabel 15. diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,936 + 0,454 x_1 + 0,279 x_2$$

Dari persamaan regresi di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 4,936. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen, artinya jika semua variabel independen yang meliputi potongan harga ( $x_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $x_2$ ) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka kepuasan pelanggan adalah 4,936.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel potongan harga ( $x_1$ ) memiliki nilai positif sebesar 0,454. Hal ini menunjukkan jika potongan harga mengalami kenaikan 1 persen, maka kepuasan

pelanggan akan naik sebesar 0,454 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan ( $x_2$ ) adalah konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara potongan harga dengan kepuasan pelanggan.

- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan ( $x_2$ ) memiliki nilai positif sebesar 0,279. Hal ini menunjukkan jika potongan harga mengalami kenaikan 1 persen, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,279 dengan asumsi variabel potongan harga ( $x_1$ ) adalah konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Hasil regresi linear berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu potongan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan, di mana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan adalah variabel potongan harga sebesar 0,454.

### Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengukur pengaruh antara potongan harga dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Dasar pengambilan keputusan adalah  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika nilai signifikan t atau p value < 5% dengan kriteria hipotesis sebagai berikut:

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 6.** Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error				
1	(Constant)	4.936	2.005	2.462	.016		
	Potongan Harga	.454	.091	4.968	.000	.710	1.408
	Kualitas Pelayanan	.279	.093	3.011	.003	.710	1.408

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS 25 yang tertera pada Tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa:

- Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Potongan Harga sebesar 4,968 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan  $t_{tabel}$  pada  $\alpha$  5% dan  $df = 94$  adalah 1,986. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 < 0,05 atau  $t_{hitung}$  4,968 >  $t_{tabel}$  1,986. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa Potongan Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3,011 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003, sedangkan  $t_{tabel}$  pada  $\alpha$  5% dan  $df = 94$  adalah 1,986. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 < 0,05 atau  $t_{hitung}$  3,001 >  $t_{tabel}$  1,986. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

### Uji Simultan (Uji F)

Uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh antara potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Dasar pengambilan keputusan adalah  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika nilai signifikan F atau P value < 5% dengan kriteria hipotesis sebagai berikut:

- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

**Tabel 7.** Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	279.115	2	139.557	35.076	.000 <sup>b</sup>
	Residual	373.999	94	3.979		
	Total	653.113	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah 35,076 dengan tingkat signifikansi 0.000 sehingga berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa  $F_{hitung} 35,076 > F_{tabel} 3,092$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara potongan harga dan kualitas pelayanan (variabel bebas) terhadap kepuasan pelanggan (variabel terikat).

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini digunakan untuk melihat besarnya pengaruh atau sejauh mana sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat dengan adanya regresi linear berganda. Kriteria dalam melakukan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah bahwa jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lemah, dan jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat. Hasil uji koefisien determinasi menggunakan SPSS 25 adalah sebagai berikut:

**Tabel 8.** Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 <sup>a</sup>	.427	.415	1.995

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Potongan Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan dengan hasil uji regresi linear berganda yang menunjukkan perhitungan hasil koefisien determinasi (Adjusted  $R^2$ ) sebesar 0,415 atau  $0,415 \times 100 = 41,5\%$ , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sebesar 41,5% pada variabel potongan harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Shopee dan nilai Adjusted R lebih mendekati nol sehingga pengaruh ini cenderung lemah dibandingkan dengan pengaruh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini yaitu sebesar 58,5%.

### Pengaruh Potongan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis parsial (t) pada penelitian ini menunjukkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya variabel potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Pengaruh yang positif dan signifikan menjelaskan bahwa jika potongan harga yang diberikan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat, sebaliknya jika potongan harga yang diberikan menurun maka kepuasan pelanggan juga akan menurun. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa potongan harga yang ditetapkan oleh perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Shopee khususnya Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Medan saat melakukan transaksi pada *e-commerce* Shopee.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis parsial (t) pada penelitian ini menunjukkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Pengaruh yang positif dan signifikan menjelaskan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan menurun maka kepuasan pelanggan juga akan menurun. Kesimpulan yang dapat ditarik

adalah bahwa kualitas pelayanan yang mencakup bukti fisik, keterandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang diterima saat melakukan transaksi pada *e-commerce* Shopee akan dijadikan sebagai indikator yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dan harus memastikan bahwa pelanggan memperoleh pengalaman yang menyenangkan saat melakukan transaksi.

### **Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil uji hipotesis simultan (F) pada penelitian ini menunjukkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya variabel potongan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh yang positif dan signifikan menjelaskan bahwa jika potongan harga dan kualitas pelayanan yang diberikan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat, sebaliknya jika potongan harga dan kualitas pelayanan yang diberikan menurun maka kepuasan pelanggan juga akan menurun. Kesimpulan yang dari hasil penelitian ini adalah bahwa kepuasan pelanggan akan tercapai ketika pelanggan mendapatkan potongan harga yang sesuai dengan harapan mereka dan juga kualitas pelayanan yang membuat pelanggan memiliki kesan yang positif seperti merasa adanya sesuatu yang menarik pada *website* Shopee, mendapatkan pelayanan yang handal, tanggap dan empati serta merasa bahwa melakukan transaksi pada *e-commerce* Shopee terjamin tidak mengecewakan.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dari pengaruh potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Potongan Harga (x1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin banyak potongan harga yang diberikan maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan Shopee terutama bagi Mahasiswa.
- 2) Kualitas Pelayanan (x2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (y) sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan Shopee.
- 3) Potongan Harga (x1) dan Kualitas Pelayanan (x2) secara simultan berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (y), sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin banyak potongan harga sejalan dengan semakin baiknya kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkat pula kepuasan pelanggan Shopee.
- 4) Hasil uji koefisien determinasi adalah sebesar 41,5%, artinya variasi potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang cenderung lemah dan kepuasan pelanggan lebih banyak dipengaruhi oleh variasi-variasi lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 58,5%.

### **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran-saran, sebagai berikut:

- 1) Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa potongan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Shopee, untuk itu hendaknya pengelola *e-commerce* Shopee memberikan potongan harga dan kualitas pelayanan lebih baik sehingga sesuai dengan harapan pelanggan dan menciptakan kepuasan pelanggan.
- 2) Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat variable-variabel lain yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan, untuk itu hendaknya peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan misalnya citra merek, promosi, kualitas produk dan sebagainya. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti kepuasan pelanggan tidak hanya menyebarkan kuesioner, misalnya dengan wawancara sehingga informasi dapat diperoleh dengan lengkap.
- 3) Penelitian yang dilatarbelakangi oleh ketidaksesuaian pemberian potongan harga dan kualitas pelayanan yang menyebabkan banyaknya keluhan pelanggan terhadap Shopee, untuk itu

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

hendaknya pengguna Shopee lebih teliti dalam melakukan transaksi agar terhindar dari hal-hal seperti penipuan ataupun kesalahpahaman yang dapat menimbulkan kerugian.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima Kasih Kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Afifi F.F, Widodo, Arry, 2021, Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang, *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, Vol. 5, No. 2 (September), p. 481-486.
- Armanto I.C, 2018, Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 3, p. 1282-1309.
- Kowalik, Kamila, 2018, Tatar Dorota Klimeca, Analisis dan Evaluasi Kualitas Pelayanan Peningkatan Kualitas - Studi Kasus, *Of the 2<sup>nd</sup> International*, Vol.9, No.2, p. 92-102.
- Lutfiana, Nadya A, Hadi Sudharto P,2019, Pengaruh Promosi Penjualan dan E- service quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.8, No.1 (Maret), p. 37-42.
- Mafazah S.N, 2020, *Pengaruh Potongan Harga dan Paket Bonus terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi PT. Matahari Departemen Store Cilegon)*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2020), diakses dari <http://repository.uinbanten.ac.id/6356/>.
- Ndun L. A, 2019, Analisis Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Layanan Internet Indihome, *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 1 (Januari), p. 78-84.
- Nuryani, Irma, 2021, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Potongan Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Nayla Rahman*, (Undergraduate Thesis, IAIN Kudus, 2021), diakses dari <http://repository.iainkudus.ac.id/5452/>.
- Pramudana K.A.S, Santika, I. W, 2018, Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran Internet terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 7, No. 10, p. 2247-2256.
- Rinaldi S,F, Mujiyanto, Bagya, 2017, *Metodologi Penelitian dan Statistik*, Terbitan ke-1, Kementrian Kesehatan RI, Kebayoran Baru.
- Widiana M. E, Hidayati, Kusni, Karsam, 2019, *Teoritik & Empirik Strategi Pemasaran*, Terbitan ke-1, Penerbit Aseni, Mimika Baru.
- Wilatini K. A. D, Wirakusuma M. G, 2019, Pengaruh Pengendalian Internal Pada Efisiensi Kredit di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Se-Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar, *E-Jurnal Akuntansi*, Vol. 28, No. 2 (Agustus), p. 874-90.
- Zarkasi, Lidya, Ilhamdi, 2021, *Pendapatan Perkapita, Suku Bunga, Jumlah Penduduk, Zakat dan Pengaruhnya pada Tingkat Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia*, IAIN Pontianak Press, Pontianak.