



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia Shunyang Marine Fish di PT. Indotama Putra Wanana, Bekasi

Sumarni

Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan, Indonesia

Rahmayati HM

Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan, Indonesia

Muh. Ali Situju

Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan, Indonesia

Alamat: Jalan Poros Makassar - Parepare Km. 83, Mandalle, Pangkep, Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan, Sulawesi Selatan 90761

Korespondensi email : daengsijaya567@gmail.com

Abstract. *This research aims to determine the influence of service quality on customer satisfaction at Tokopedia Shunyang Marine Fish at PT. Indotama Putra Wahana, Bekasi. The sample used was 30 Tokopedia Shunyang Marine Fish customers who made purchases. The sampling technique in this research used accidental sampling. Data collection was carried out using a questionnaire with a Likert scale. The analytical method used in this research is a simple regression analysis method with the SPSS 26 application. The research results based on (t test) show that service quality has a significant effect on customer satisfaction with a significance value of $0.000 < 0.05$. The results of the Coefficient of Determination test obtained an R Square of 0.980. This shows that the dependent variable customer satisfaction is 98.0% influenced by the independent variable service quality, while 2.0% is influenced by other variables that have not been examined in this research.*

Keywords : *Influence, Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia Shunyang Marine Fish Di PT. Indotama Putra Wahana, Bekasi. Sampel yang digunakan sebanyak 30 orang pelanggan Tokopedia Shunyang Marine Fish yang melakukan pembelian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi sederhana dengan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian berdasarkan (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji Koefisien Determinasi diperoleh R Square sebesar 0,980. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 98,0% dipengaruhi Variabel independen kualitas pelayanan, sedangkan 2,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Pengaruh, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

LATAR BELAKANG

Persaingan bisnis dan usaha pada era globalisasi dewasa ini semakin pesat. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha yang lain. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanan. (NOOR 2020).

Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan Arianto (2018:83). Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) “kualitas

adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”. Menurut Kasmir (2017:47) kualitas Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Sedangkan menurut Aria dan Atik (2018:16) kualitas Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik. (Lathifa and Silvanita 2023).

Fitzsimmons dalam Mukarom dan Muhibudin (2015:108) mengemukakan lima dimensi Kualitas Pelayanan yaitu :

- a. *Reliability*, yang ditandai dengan pemberian Kualitas Pelayanan yang tepat dan benar.
- b. *Tangibles*, yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.
- c. *Responsiveness*, yang ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.
- d. *Assurance*, yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan kualitas pelayanan.
- e. Empati, yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen. (Lathifa and Silvanita 2023).

Kualitas pelayanan maka terciptalah kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan yang menjadi sasaran utama perusahaan agar dapat bertumbuh dan berkembang untuk menghadapi persaingan yang ketat. Kepuasan pelanggan juga menjadi penunjuk arah dan pendorong motivasi untuk menciptakan ide kreatif, inovatif yang dapat mengembangkan masa depan yang gemilang bagi perusahaan. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan pelanggan terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima olehnya. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, pelanggan akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Harapan pelanggan dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi yang lain. Kepuasan pelanggan diukur dengan seberapa besar harapan pelanggan tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan

dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. (Lathifa and Silvianita 2023).

Kepuasan pelanggan berada pada level tertentu perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2007). Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa dari sudut pandang pelanggan, kepuasan pelanggan adalah apa yang dirasakan oleh pelanggan pada layanan yang ditawarkan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Pada saat yang sama, ketidakpuasan muncul ketika hasil tidak sesuai harapan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa sebenarnya sulit dicapai jika perusahaan atau industri jasa tidak begitu memahami apa yang diharapkan konsumen. (Lubis and Andayani 2018).

Kotler dan Keller (2016), media sosial didefinisikan sebagai “ aktivitas dan program online yang dirancang untuk melibatkan pengguna atau prospek dan secara bertahap meningkatkan keterlibatan pengguna, meningkatkan citra, atau menurunkan penjualan produk dan layanan.” Media sosial adalah salah satu jenis aktivitas komunikasi yang menggunakan media elektronik (online) untuk berinteraksi dengan pelanggan atau mitra bisnis dalam berbagai cara (gambar, teks, dll) untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, reputasi bisnis, dan penjualan. Menurut penelitian yang dilakukan Prasad dkk. (2017), informasi elektronik dari media sosial dan perangkat seluler memiliki hubungan yang baik dengan keengganan konsumen untuk membeli. (Akmal Abdullah et al. 2023).

KAJIAN TEORITIS

Kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang dalam hubungannya dengan pihak lain menyajikan produk atau jasa sesuai selera, harapan, dan kebutuhan konsumen. Perusahaan mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kebutuhan konsumen, sehingga kualitas pelayanan perusahaan baik. Pelayanan yang baik ini mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap perusahaan. Parasuraman mencanangkan konsep kualitas pelayanan yang dihubungkan dengan kepuasan yang didefinisikan oleh lima elemen yang biasa dikenal dengan istilah “RATER” kualitas pelayanan (*Responsiveness, Assurance, Tangibility, Empathy* dan *Reliability*). Inti dari konsep kualitas pelayanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan tanggung jawabnya, mengedepankan jaminan, menunjukkan bukti material (*tangible*) yang terlihat menurut empati pihak yang memberikan pelayanan sesuai dengan keandalannya

(*kredibilitas*), melaksanakan tugas pelayanan sedemikian rupa sehingga memuaskan pihak yang menerima pelayanan.

Kepuasan pelanggan berada pada level tertentu perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2007). Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa dari sudut pandang pelanggan, kepuasan pelanggan adalah apa yang dirasakan oleh pelanggan pada layanan yang ditawarkan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Pada saat yang sama, ketidakpuasan muncul ketika hasil tidak sesuai harapan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa sebenarnya sulit dicapai jika perusahaan atau industri jasa tidak begitu memahami apa yang diharapkan konsumen. (Lubis and Andayani 2018).

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Sugiyono (2019:65) mendefinisikan bahwa penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif yang digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai pengaruh variabel independen (variabel bebas) kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen (variabel terikat) yaitu kepuasan pelanggan (Y), baik secara parsial maupun simultan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Perhitungannya menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Pada penelitian survei ini menggunakan kuesioner (angket), yang berisi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden. Penyebaran kuesioner dengan melalui link *google form* yang dikirimkan kepada responden yaitu pelanggan tokopedia (Shunyang Marine Fish) PT. Indotama Putra Wahana. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan uji statistik agar ditemukannya kejadian-kejadian relatif dari masing-masing variabel yang diteliti serta diketahui pengaruhnya antara variabel independen dengan variabel dependen.

Pendekatan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:16) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang

berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiono 2015).

Populasi dan sampel

Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan tokopedia Shunyang Marine Fish di PT. Indotama Putra Wahana yang minimal dua kali membeli, ukuran populasinya tidak diketahui secara pasti atau teridentifikasi. Sampel dalam penelitian ini adalah 30 orang pelanggan tokopedia shunyang marine fish di PT. Indotama Putra Wahana,, Bekasi.

Instrumen Penelitian

Instrument yang digunakan peneliti dengan menggunakan kuisisioner dengan media *google form*, karena dapat mempercepat dan mempersingkat waktu pengumpulan data, dilakukan dengan memberikan beberapapertanyaan tertulis kepada beberapa responden untuk dijawab. Pernyebaran kuisisioner tersebut dilakukan dengan menyebarkan kertas yang berisi pertanyaan-pertanyaan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan analisi kuantitatif, pengujian kualitas data, uji distribusi frekuensi, dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam software SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengujian Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif, maka variabel dinyatakan valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan pada responden sebanyak 30. Uji validitas menggunakan korelasi product moment.

a) Kualitas Pelayanan (X)

Tabel 4. 1 : Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1	0,975	0,361	Valid
	X2	0,932	0,361	Valid
	X3	0,980	0,361	Valid
	X4	0,968	0,361	Valid
	X5	0,952	0,361	Valid

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26, (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam kuisisioner adalah valid, dilihat dari r hitung > dari r tabel. Hal ini berarti bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pegujian.

b) Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4. 2 : Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,947	0,361	Valid
	Y2	0,966	0,361	Valid
	Y3	0,946	0,361	Valid
	Y4	0,945	0,361	Valid

Sumber : Data primer diolah di SPSS, (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam kuisisioner adalah valid, dilihat dari r hitung > dari r tabel. Hal ini berarti bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

2. Uji Reabilitas

Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* untuk menguji reliabilitas, variabelnya yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Ghozali (2018:46) menyatakan bahwa kriteria pengujian yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha* > 0,60 maka variabel dinyatakan handal atau konstruk atau dinyatakan reliabel, sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian. Sebaliknya, jika koefisien *Cronbach Alpha* < 0,60 maka variabel dinyatakan tidak reliabel. Hasil uji reabilitas ada pada tabel 4.6 berikut :

Tabel 4. 3 : Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,97	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan	0,965	Reliabel

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26, (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpaha* yang lebih besar dari 0,6 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel.

B. Uji Distribusi Frekuensi

1. Kualitas Pelayanan

Tabel 4. 4 : Hasil Uji Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

		Statistics				
		X.Reliability	X.Tangibles	X.Assurance	X.Responsiveness	X.Emphaty
N	Valid	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,5	3,6	3,43	3,47	3,47
Std. Deviation		0,682	0,675	0,679	0,681	0,681
Variance		0,466	0,455	0,461	0,464	0,464
Range		3	3	3	3	3
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		4	4	4	4	4
<i>Sumber : Data primer diolah di SPSS 26, (2023)</i>						

Untuk menghitung nilai rata-rata dari lima indikator kualitas pelayanan diatas, untuk mencari nilai rata-rata dari kelima indikator digunakan rumus $x = F/n$.

F = Jumlah Nilai

n = Banyak Data

X = Rata-rata

Hasil yang didapatkan $F = 17,47 / n = 5$ diperoleh hasil 3,49 (Rata-rata) yang berarti bahwa secara keseluruhan pelanggan tokopedia shunyang marine fish di PT. Indotama Putra Wahana, Bekasi. Memiliki kompetensi pelanggan yang masuk dalam kategori baik atau tinggi.

a. Uji Distribusi Frekuensi Indikator Responsiveness

Tabel 4. 5 : Hasil Uji Distiribusi Frekueansi Indikator Responsiveness

X.Responsiveness					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STP	1	3,3	3,3	3,3
	P	13	43,3	43,3	46,7
	SP	16	53,3	53,3	100

	Total	30	100	100
<i>Sumber : Data primer diolah di SPSS 26 (2024)</i>				

b. Uji Distribusi Frekuensi Indikator Assurance

Tabel 4. 6 : Hasil Uji Distribusi Ftekuensi Indikator Assurance

X.Assurance						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	STP	1	3,3	3,3	3,3	
	P	14	46,7	46,7	50	
	SP	15	50	50	100	
	Total	30	100	100		

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26 (2024)

c. Uji Distribusi Frekuensi Indikator Tangibles

Tabel 4. 7 : Hasil Uji Distribusi Frekuensi Indikator Tangibles

X.Tangibles						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	STP	1	3,3	3,3	3,3	
	P	9	30	30	33,3	
	SP	20	66,7	66,7	100	
	Total	30	100	100		

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26 (2024)

d. Uji Distribusi Frekuensi Indikator Emphaty

Tabel 4. 8 : Hasil Uji Distribusi Frekuensi Indikator Emphaty

X.Emphaty						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	STP	1	3,3	3,3	3,3	
	P	13	43,3	43,3	46,7	
	SP	16	53,3	53,3	100	
	Total	30	100	100		

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26 (2024)

e. Uji Distribusi Frekuensi Indikator Reliability

Tabel 4. 9 : Hasil Uji Distribusi Frekuensi Indikator Reliability

X.Reliability					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STP	1	3,3	3,3	3,3
	P	12	40	40	43,3
	SP	17	56,7	56,7	100
	Total	30	100	100	

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26 (2024)

2. Kepuasan Pelanggan

Tabel 4. 10 : Hasil Uji Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan

Statistics					
		Y.Harapan dan Pengalaman	Y.Kinerja	Y.Perbandingan	Y.Konfirmasi
N	Valid	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,57	3,5	3,5	3,53
Std. Deviation		0,679	0,682	0,682	0,681
Variance		0,461	0,466	0,466	0,464
Range		3	3	3	3
Minimum		1	1	1	1
Maximum		4	4	4	4

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26, (2023)

Berdasarkan nilai rata-rata dari lima indikator kualitas pelayanan diatas, untuk mencari nilai rata-rata dari kelima indikator digunakan rumus $x = F/n$.

F = Jumlah Nilai

n = Banyak Data

X = Rata-rata

Hasil yang didapatkan $F = 14,1 / n = 4$ diperoleh hasil 3,53 (Rata-rata) yang berarti bahwa secara keseluruhan pelanggan tokopedia shunyang marine fish di PT. Indotama Putra Wahana, Bekasi. Memiliki kompetensi pelanggan yang masuk dalam kategori baik atau tinggi.

a. Uji Distribusi Frekuensi Indikator Harapan Dan Pengalaman

Tabel 4. 11 : Hasil Uji Distribusi Frekuensi Indikator Harapan Dan Pengalaman

Y.Harapan Dan Pengalaman					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STP	1	3,3	3,3	3,3
	P	10	33,3	33,3	36,7
	SP	19	63,3	63,3	100
	Total	30	100	100	

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26 (2024)

b. Uji Distribusi Frekuensi Indikator Kinerja

Tabel 4. 12 : Hasil Uji Distribusi Frekuensi Indikator Kinerja

Y.Kinerja					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STP	1	3,3	3,3	3,3
	P	12	40	40	43,3
	SP	17	56,7	56,7	100
	Total	30	100	100	

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26 (2024)

c. Uji Distribusi Frekuensi Indikator Perbandingan

Tabel 4. 13 : Hasil Uji Distribusi Frekuensi Indikator Perbandingan

Y.Perbandingan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STP	1	3,3	3,3	3,3
	P	12	40	40	43,3
	SP	17	56,7	56,7	100
	Total	30	100	100	

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26 (2024)

d. Uji Distribusi Frekuensi Indikator Konfirmasi

Tabel 4. 14 : Hasil Uji Distribusi Frekuensi Indikator Konfirmasi

Y.Konfirmasi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STP	1	3,3	3,3	3,3
	P	11	36,7	36,7	40
	SP	18	60	60	100
	Total	30	100	100	
<i>Sumber : Data primer diolah di SPSS 26 (2024)</i>					

C. Pengujian Hipotesis

1. Model Regresi Sederhana

Pada penelitian ini uji stasistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan model regresi linear sederhana. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini ingin meneliti pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Berikut disajikan hasil dari analisi regresi linear sederhana :

Tabel 4. 15 : Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	186,931	1	186,931	673,699	,000 ^b
	Residual	7,769	28	0,277		
	Total	194,700	29			
<i>Sumber : Data primer diolah di SPSS 26, (2023)</i>						

Dari tabel 4.9 uji regresi linear sederhana diatas diketahui bahwa nilai F hitung = 673,699 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kualitas pelayanan atau dengan kata lain ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Artinya apabila kualitas pelayanan tidak baik maka pelanggan Tokopedia (Shunyang Mararine), PT. Indotama Putra Wahana, tidak akan puas. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan baik, maka pelanggan Tokopedia Shunyang Marine di PT. Indotama Putra Wahana akan puas.

Tabel 4. 16 : Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,980 ^a	0,960	0,959	0,527

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26 (2023)

Dari tabel 4.10 diatas Model Summary dapat menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan yaitu R sebesar 0,980. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 96,0%, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 96,0%.

2. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Y), dengan ketentuan tingkat signifikannya $< 0,05$ dan jika nilai t hitung $> t$ tabel.

Tabel 4. 17 : Hasil Uji t

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	0,300	0,540	Beta	0,555	0,583
	Kualitas Pelayanan	0,790	0,030	0,980	25,956	0,000

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26 (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 uji t diatas, diketahui nilai signifikansi, untuk pengaruh (Parsial) variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung $25,956 > 2,048$. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansinya dan nilai t hitung $> t$ tabel. Jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima dan jika nilai r hitung $> t$ tabel maka hipotesis diterima. Hasil penelitian yang ada pada tabel diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai t hitung sebesar $25,956 > t$ tabel 2,048, maka disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia Shunyang Marine di PT. Indotama Putra Wahana Bekasi, diterima.

Rumus $Y = a + bx$ digunakan untuk mengetahui setiap kenaikan satu variabel kualitas pelayanan (X) maka nilai variabel kepuasan pelanggan (Y). a 0,3 + 0,79, di dapatkan nilai 1,09% yang artinya setiap kenaikan 1 variabel kualitas pelayanan apabila kualitas pelayanan kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 1,09%.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan seberapa besar presentase variabel-variabel independen. Hasil dari pengujian koefisien determinasi ini dapat dilihat pada bagaian Adjusted R Square tabel model Summary. Berikut ini disajikan hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini :

Tabel 4. 18 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,980 ^a	0,960	0,959	0,527

Sumber : Data primer diolah di SPSS 26 (2023)

Sumber : Data primer yang diolah di SPSS 26, (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,980. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. Nilai R² sebesar 0,960 yang berarti 96,0% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 4% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hasil perhitungan regresi linear sederhana menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Tokopedia Shunyang Marine fish di PT. Indotama Putra Wahana. Dalam hal ini membuktikan bahwa salah cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan pelanggan. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan benar-benar telah merasa puas, pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan pelanggan akan bercerita kepada banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja ditempat yang sama. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada pelanggan melalui kualitas pelayanan. Karena kini

semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahan di bidang bisnis dan memenangkan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa memberikan kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas dan pelanggan yang puas akan melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja ditempat yang sama. Tabel 4.4 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam kuisioner adalah valid, dilihat dari r hitung $>$ dari r tabel. Hal ini berarti bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian. Tabel 4.5 diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam kuisioner adalah valid, dilihat dari r hitung $>$ dari r tabel. Hal ini berarti bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian. Tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpaha* yang lebih besar dari 0,6 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel.

Berdasarkan tabel 4.7 nilai rata-rata dari lima indikator kualitas pelayanan diatas, untuk mencari nilai rata-rata dari kelima indikator digunakan rumus $x = F/n$.

F = Jumlah Nilai

n = Banyak Data

X = Rata-rata

$X = 17,47/5 = 3,49$, yang berarti bahwa secara keseluruhan pelanggan tokopedia shunyang marine fish di PT. Indotama Putra Wahana, Bekasi. Memiliki kompetensi pelanggan yang masuk dalam kategori baik atau tinggi. Tabel 4.8 Uji distribusi frekuensi indikator responsiveness frekuensi yang menjawab sangat tidak puas (STP) sebanyak 1 orang dengan presentase 3,3%, frekuensi yang menjawab puas (P) sebanyak 13 orang dengan presentase 43,3%, frekuensi yang menjawab sangat puas (SP) sebanyak 16 orang dengan presentase 53,3%, jumlah total frekuensi sebanyak 30 orang dengan presentase 100%. Tabel 4.9 Uji distribusi frekuensi indikator assurance, frekuensi yang menjawab sangat tidak puas (STP) sebanyak 1 orang dengan presentase sebesar 3,3%, frekuensi yang menjawab puas (P) sebanyak 14 orang dengan presentase sebesar 46,7%, frekuensi yang menjawab sangat puas (SP) sebanyak 15 orang dengan frekuensi 50%, jumlah total frekuensi sebanyak 30 orang dengan presentase 100%. Tabel 4.10 Uji distribusi frekuensi indikator tangibles, frekuensi yang menjawab sangat tidak puas (STP) sebanyak 1 orang dengan frekuensi sebesar 3,3%, frekuensi yang menjawab puas (P) sebesar 9 orang dengan presentase 30%, frekuensi yang menjawab sangat puas (SP) sebanyak 20 orang dengan frekuensi 66,7%, jumlah total frekuensi sebanyak 30 orang dengan presentase 100%. Tabel 4.11 Uji distribusi frekuensi indikator empathy, frekuensi yang menjawab sangat tidak puas (STP) sebanyak 1 orang dengan presentase 3,3 %, frekuensi yang menjawab puas (P) sebanyak 13 orang dengan presentase 43,3%, frekuensi

yang menjawab sangat puas (SP) sebanyak 16 orang dengan presentase sebesar 53,3%, jumlah frekuensi sebanyak 30 orang dengan presentase 100%. Tabel 4.12 Uji distribusi frekuensi indikator reliability, frekuensi yang menjawab sangat tidak puas (STP) sebanyak 1 orang dengan frekuensi 3,3%, frekuensi yang menjawab puas (P) sebanyak 12 orang dengan presentase 40%, frekuensi yang menjawab sangat puas (SP) sebanyak 17 orang dengan presentase 56,7%, jumlah frekuensi sebanyak 30 orang dengan presentase 100%.

Berdasarkan tabel 4.13 nilai rata-rata dari lima indikator kualitas pelayanan diatas, untuk mencari nilai rata-rata dari kelima indikator digunakan rumus $x = F/n$.

F = Jumlah Nilai

n = Banyak Data

X = Rata-rata

$X = 14,1/4 = 3,53$, yang berarti bahwa secara keseluruhan pelanggan tokopedia shunyang marine fish di PT. Indotama Putra Wahana, Bekasi. Memiliki kompetensi pelanggan yang masuk dalam kategori baik atau tinggi. Tabel 4.14 Uji distribusi frekuensi indikator harapan, frekuensi yang menjawab sangat tidak puas (STP) sebanyak 1 orang dengan presentasse 3,3%, frekuensi yang menjawab puas (P) sebanyak 10 orang dengan presentase 33,3%, frekuensi yang menjawab sangat puas (SP) sebanyak 19 orang dengan presentase sebesar 63,3%, jumlah total frekuensi sebanyak 30 orang dengan presentase 100%. Tabel 4.15 Uji distribusi frekuensi indikator kinerja, frekuensi yang menjawab sangat tidak puas (STP) sebanyak 1 orang dengan presentase 3,3%, frekuensi yang menjawab puas (P) sebanyak 12 orang dengan presentase 40%, frekuensi yang menjawab sangat puas (SP) sebanyak 17 orang dengan presentase 56,7%, jumlah total frekuensi sebanyak 30 orang dengan presentase 100%. Tabel 4.16 Uji distribusi frekuensi indikator pengalaman dan perbandingan, frekuensi yang menjawab sangat tidak puas (STP) sebanyak 1 orang dengan presentase 3,3%, frekuensi yang menjawab puas (P) sebanyak 12 orang dengan presentase 40%, frekuensi yang menjawab sangat puas (SP) sebanyak 17 orang dengan presentase 56.7%, jumlah total frekuensi sebanyak 30 orang dengan presentase 100%. Tabel 4.17 Uji distribusi frekuensi indikator konfirmasi, frekuensi yang menjawab sangat tidak puas (STP) sebanyak 1 orang dengan presentase 3,3, frekuensi yang menjawab puas (P) sebanyak 11 orang dengan presentase 36,7, frekuensi yang menjawab sangat puas (SP) sebanyak 18 orang dengan presentase 60%. Tabel 4.18 Uji regresi linear sederhana diatas diketahui bahwa nilai F hitung = 673,699 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kualitas pelayanan atau dengan kata lain ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Artinya apabila kualitas pelayanan tidak baik maka pelanggan Tokopedia (Shunyang

Mararine Fish), PT. Indotama Putra Wahana, tidak akan puas. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan baik, maka pelanggan Tokopedia Shunyang Marine Fish di PT. Indotama Putra Wahana, Bekasi akan puas. Tabel 4.19 diatas Model Summary dapat menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan yaitu R sebesar 0,980. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 96,0%, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 96,0%. Tabel 4.20 Uji t diatas, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian yang ada pada tabel diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia Shunyang Marine di PT. Indotama Putra Wahana Bekasi, diterima. Tabel 4.21 Diatas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,980 yang artinya terdapat hubunngan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. Nilai R² sebesar 0,960 yang berarti 96,0% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 4% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilaksanakan, maka penulis dapat menyimpulkan hal mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia Shunyang Marine Fish di PT. Indotama Putra Wahana adalah sebagai berikut : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia Shunyang Marine di PT. Indotama Putra Wahana. Hasil penelitian di peroleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia Shunyang Marine Fish di PT. Indotama Putra Wahana, Bekasi diterima.

Saran

Penelitian dan hasil analisis yang diperoleh, maka saran-saran yang dapat di sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Sehubung telah dilakukan penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan

pelanggan Tokopedia Shunyang Marine di PT. Indotama Putra Wahana, maka sekiranya dapat di jadikan acuan dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk menjadikan PT. Indotama Putra Wahana menjadi lebih baik.

2. Pelayanan yang selama ini diberikan kepada pelanggan agar selalu ditingkatkan agar pelanggan semakin puas dan percaya kepada PT. Indotama Putra Wahana.

DAFTAR REFERENSI

- Agustin, Regita Puji et al. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Word of Mouth Jasa Pengurusan Nenek Di CV Speed Nenekin.” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 4(3): 186–90.
- Akmal Abdullah et al. 2023. “Social Media on Consumer Purchase Intention in Shopee Marketplace.” *International Journal of Economics and Management Research* 2(2): 01–10.
- Ayu Sri Utami, P. 2013. “Peran Orang Tua Dalam Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Anak Melalui Metode Bercakap- Cakap Pada Keluarga Anak Usia Dini Di Wilayah Kelurahan Bojongherang RW 10 Cianjur.” *Repository.Upi.Edu| Perpustakaan.Upi.Edu*: 48–58.
- Baharudin. 2012. “Analisis Pengaruh Keandalan, Jaminan, Dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pt. Apex Semarang.” http://eprints.undip.ac.id/35532/1/Skripsi_BHARUDIN.pdf.
- Bass, David. 2016. “BAB III Metode Penelitian.” (May): 1–23.
- DR. Sri Rochani Mulyani SE., M.SI. 2008. *Metode Penelitian*.
- Editional, Tim. 2022. “Pengertian Skala Likert Dan Contoh Cara Hitung Kuesionernya.” 12/04/2022. <https://www.diedit.com/skala-likert/>.
- Harahap, Ramadhan. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan.” *Manajemen Tools* 7(1): 77–84.
- Herawati, Niken, Aris Hidayat, and Suwarsito Suwarsito. 2018. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Mitra Manajemen* 2(5): 522–35.
- Khowijaya, Tessya Caroline et al. 2022. “Analisis Kualitas Pelayanan Di Kantin Maitreyawira Medan.” 7(2).
- KUSUMA, ALWAN FARAS. 2021. “Pengaruh Aspek Reliabilty Dan Assurance Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Laundry ‘Asvi’ Dijalan Mahasantri Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Menurut Ekonomi Islam.” : 1.
- Lathifa, Ummi Khoiri, and Anita Silvianita. 2023. “Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan Dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Di Bandung).” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 24(1): 55.
- Lestari, Raden Andriani. 2014. “Metode Penelitian.” : 66–90.

- Lubis, Alfi Syahri, and Nur Rahmah Andayani. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam." *Journal of Applied Business Administration* 1(2): 232–43.
- Manullang, Jujur Gunawan, Widya Handayani, and Bambang Hermansah. 2022. "Tendangan Mawashi Pada Atlet Karate Wadokai Dojo." 1(2): 70–75.
- Metayunika, Vidya. 2013. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Emphaty) Terhadap Kepuasan (Studi Pada Dealer Mitsubishi PT Bumen Redja Abadi Semarang), Skripsi."
- Nikmah, and Gigih Ar-Rasyid. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Divisi Local Government Service PT. Telkom Indonesia, Kebon Sirih Jakarta)." *Jurnal Manajemen FEB-UB* 7(1): 47–67.
- Ningtyas, MN. 2018. "Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian Industri Manufaktur." *Metode Penelitian*: 32–41.
- NOOR, FAHTIRA VIRIDHA. 2020. 2 Molecules *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT HERBA PENAWAR ALWAHIDI INDONESIA (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu)*. <http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation%0Ahttp://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/as.2017.81005%0Ahttp://www.scirp.org/journal/PaperDownload.aspx?DOI=10.4236/as.2012.34066%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.pbi.201>
- PRANYOTO, RISKI ARIERSTA PRABOWO. 2021. "Penelitian BAB 3." : 1–23.
- Siadari, Coki. 2019. "Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut Para Ahli." *Selasa, 29 Januari 2019*. <https://www.kumpulanpengertian.com/2019/01/pengertian-kepuasan-pelanggan-menurut.html>.
- Sugiono. 2015. "Metode Penelitian Metode Penelitian." *Metode Penelitian Kualitatif* (17): 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf).
- THABRONI, GAMAL. 2022. "Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction): Pengertian, Manfaat, Dimensi, Dsb." *11/10/2022*. <https://serupa.id/kepuasan-pelanggan-customer-satisfaction-pengertian-manfaat-dimensi-dsb/>.
- Uangnesia. 2023. "Apa Itu Tokopedia? Platform E-Commerce Type Marketplace." *10/06/2023*. <https://uangnesia.com/apa-itu-tokopedia/>.
- Veronica, Deka. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Journal Development* 5(1): 55–69.
- Yuniati, Ulfa. 2021. "Metode Penulisan Laporan KKP." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.: 2013–15.