



Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Aplikasi Marketplace Shopee
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)

Muh Fahri Adiansyah^{1*}, Muhammad Amir Arham², Abdulrahim Maruwae³,
Irawati Abdul⁴, Roy Hasiru⁵ Mamang Kasim⁶

¹⁻⁵*Economic Education Departement, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia*
Email :royhasiru@ung.ac.id

Abstract

This research aims to determine the effect of product quality on consumer satisfaction in the Shopee marketplace application among students of the Department of Economic Education, Gorontalo State University. This study uses a quantitative approach. The data used is primary data obtained from distributing questionnaires to students majoring in economics education. The number of samples drawn in this research was 90 respondents. The analytical method used is simple linear regression analysis. The results of the research show that product quality has a positive effect on consumer satisfaction in the Shopee Marketplace Application among students majoring in Economic Education, Gorontalo State University. From the results of calculating the coefficient of determination, it shows that R square is 0.891, which means that 89.1% of the variability regarding Consumer Satisfaction in the Shopee Marketplace Application can be explained by Product Quality, while the remaining 11% is influenced by other variables that were not studied.

Keywords: *Product Quality, Consumer Satisfaction*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Aplikasi Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi. Jumlah penarikan sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen di Aplikasi Marketplace Shopee pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan R square sebesar 0.891 yang berarti bahwa 89,1% variabilitas mengenai Kepuasan Konsumen di Aplikasi Marketplace Shopee dapat diterangkan oleh Kualitas Produk, sedangkan sisanya sebesar 11% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

Pendahuluan

Di era digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi dan informasi berjalan dengan cepat, menciptakan persaingan bisnis yang semakin ketat. Hal ini mendorong produsen untuk lebih berpikir kritis, kreatif, dan inovatif dalam menghadapi perubahan diberbagai bidang, seperti sosial, budaya, politik, dan ekonomi. Kunci keberhasilan perusahaan dalam persaingan bisnis adalah membangun strategi yang bertujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan basis konsumen. Agar tujuan tersebut dapat dicapai, maka setiap perusahaan harus berusaha dalam memproduksi suatu barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian pemasar yang menjual produknya, berupa barang dan jasa agar bisa memenangkan persaingan harus mampu dan cermat dalam menerapkan strategi pemasarannya untuk memenuhi apa yang menjadi minat para konsumen. Hal ini dilakukan untuk mampu memenangkan pangsa pasar yang baik dan bisa unggul dari persaingan lain agar kelangsungan hidup perusahaan dapat bertahan (Yeni et al., 2019)(Masali et al., 2023).

Shopee ialah salah satu perusahaan e-commerce terbesar serta terpopuler di Indonesia. Marketplace ini tidak hanya mempermudah pembeli dalam belanja online, namun juga menunjang pelaku usaha untuk berkembang. Metode penggunaannya juga begitu instan, dapat di pakai serta bisa di mengerti oleh seluruh orang. Di marketplace Shopee belanja lebih praktis karena dapat membandingkan harga dengan toko online shop lain, tidak perlu jalan kesatu toko ke toko lainnya dan melihat banyak barang selain barang yang ingin dibeli jangkauan belanja pun sangat luas bisa membeli barang dari luar kota maupun luar negeri sekaligus banyak produk yang ditawarkan, terlebih lagi tarifnya sangat murah di banding marketplace yang lain. Shopee resmi diperkenalkan pada Desember 2015 dibawah naungan SEA Group. Shopee mengalami perkembangan yang sangat pesat, bahkan aplikasinya sudah diunduh oleh lebih dari 100 juta pengguna Menurut data Similarweb, pada Agustus 2022 situs shopee menerima 190,7 juta kunjungan dari indonesia. Angka ini meningkat 11,37% dibandingkan bulan sebelumnya, dimana kunjungan ke situs shopee berjumlah 171,2 juta pada juli 2022. Melalui internet, Shopee menjual berbagai macam produk di dalamnya seperti pakaian, tas, buku, alat elektronik, aksesoris fashion, kecantikan & kesehatan, gadget, perlengkapan olahraga dan masih banyak lagi produk yang ada dalam aplikasi Shopee. Shopee menjalankan bisnis C2C (Customer to Customer) yang menawarkan pengalaman berbelanja online yang mudah, cepat, aman dan menyenangkan, pembayaran dishopee jugaa cukup mudah anda bisa memilih pembayaran melalui apa saja terutama jika ingin membayar setelah diterima itu bisa saja karena shopee menyediakan fitur COD (Cash On Delivery) dengan harga yang termurah dan gratis ongkir seluruh Indonesia dan sistem pembayaran yang baik. Salah satu cara menilai kualitas barang dishopee agar mudah mendapatkan barang yang diinginkan :

1. Melihat komentar dan juga penilaian dari para konsumen yang pernah membeli produk tersebut, pastikan mendapatkan penjual yang memiliki rating toko yang baik, deksripsi produk yang lengkap dan jangan ragu untuk bertanya, serta mampu melayani pembeli dengan baik
2. Menggunakan fitur live dikarena fitur tersebut membuat konsumen mudah untuk memilih barang yang akan dibeli, dimana penjual menjelaskan secara lansung tentang produk yang ditawarkan, berupa keunggulan produk tersebut.

Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo dipilih sebagai subjek penelitian karena hampir semua mahasiswa mempunyai android dan akses

internet, apalagi untuk belanja online untuk keperluan sehari-hari mereka atau untuk keperluan fashion dan lain-lain sesuai selera dan kebutuhan mereka. Mahasiswa juga dianggap lekat dengan dengan teknologi yang kemudian di manfaatkannya untuk dapat berperilaku konsumtif. Selain itu, usia 17-24 tahun mendominasi 80 persen dari pengguna shopee, berdasarkan hasil dari wawancara observasi awal sebanyak 20 orang responden mahasiswa pendidikan ekonomi yang menggunakan shopee minimal 3 kali, hal tersebut membuat mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo yang berjumlah 917 dianggap cocok untuk menjadi subjek penelitian. Belanja online di shopee juga diminati oleh kalangan mahasiswa dan mahasiswi dikarenakan shopee mengandalkan gratis biaya pengiriman, memiliki kategori yang lengkap dan shopee menjamin bahwa barang yang diterima dalam keadaan baik.

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Aplikasi Marketplace Shopee pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo”.

Metode Penelitian

Penelitian ini berlokasi di lingkungan Universitas Negeri Gorontalo lebih tepatnya kepada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi yang beralamatkan di Jl. Jenderal sudirman, Kota Gorontalo. Seperti yang kita ketahui mahasiswa lekat dengan yang namanya teknologi dan hampir semua mempunyai smartphome sehingga mudah dalam hal mengakses situs internet untuk berbelanja online pada situs online shopee terutama pada online shop shopee. Waktu penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti ini mulai dilaksanakan pada bulan Juli 2022 hingga selesai penelitian skripsi

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dengan memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui jawaban kuisioner dari Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi yang menggunakan Aplikasi Shopee. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiono, 2018)

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafa positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi data variabel penelitian bertujuan yaitu untuk memberikan gambaran umum mengenai penyebaran distribusi frekuensi data yang terdiri dari variabel Kualitas Produk (X) dan variabel Kepuasan Konsumen (Y). Data diperoleh dari hasil penyebaran instrumen berupa angket/kuisioner kepada 90 orang mahasiswa sebagai sampel dalam penelitian ini.

Validitas Variabel Kualitas Produk (X)

Hasil uji validitas instrumen model pearson product moment pada variabel Kualitas Produk disajikan pada tabel berikut:

Tabel Validitas Variabel Kualitas Produk (X)

No.	Item Pertanyaan	R _{hitung}	R _{table}	Kriteria
1.	Item1	0.681	0.207	Valid
2.	Item2	0.591		Valid
3.	Item3	0.657		Valid
4.	Item4	0.614		Valid
5.	Item5	0.739		Valid
6.	Item6	0.694		Valid
7.	Item7	0.578		Valid
8.	Item8	0.669		Valid
9.	Item9	0.453		Valid
10.	Item10	0.597		Valid
11.	Item11	0.619		Valid
12.	Item12	0.567		Valid
13.	Item13	0.610		Valid
14.	Item14	0.659		Valid
15.	Item15	0.671		Valid
16.	Item16	0.608		Valid

Berdasarkan data hasil pengujian validitas instrumen model *pearson product moment* pada tabel diatas dapat dilihat bahwa 16 butir soal instrumen pada variabel X (Kualitas Produk), mempunyai nilai *Rhitung* > *Rtabel* sehingga keseluruhan instrumen penelitian dinyatakan valid dan layak untuk digunakan.

Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil uji validitas instrumen model *pearson product moment* pada variabel Kepuasan Konsumen disajikan pada tabel berikut:

Tabel Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Item Pertanyaan	R _{hitung}	R _{table}	Kriteria
1.	Item1	0.701	0.207	Valid
2.	Item2	0.708		Valid
3.	Item3	0.767		Valid
4.	Item4	0.679		Valid
5.	Item5	0.748		Valid
6.	Item6	0.611		Valid
7.	Item7	0.591		Valid
8.	Item8	0.429		Valid
9.	Item9	0.617		Valid
10.	Item10	0.727		Valid

11.	Item11	0.726	Valid
12.	Item12	0.661	Valid
13.	Item13	0.689	Valid
14.	Item14	0.707	Valid
15.	Item15	0.777	Valid
16.	Item16	0.543	Valid
17.	Item17	0.669	Valid
18.	Item18	0.685	Valid
19.	Item19	0.706	Valid
20.	Item20	0.728	Valid

Berdasarkan data hasil pengujian validitas instrumen model *pearson product moment* pada tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh butir soal instrumen pada variabel Y (Kepuasan Konsumen), mempunyai nilai *Rhitung* > *Rtabel* sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid dan layak untuk digunakan.

Tabel Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Ket
1.	KualitasProduk (X)	0.895	<i>Reliabel</i>
2.	Kepuasan Konsumen (Y)	0.936	<i>Reliabel</i>

Berdasarkan data hasil pengujian reliabilitas instrumen dengan uji *Cronbach Alpha* pada tabel diatas dapat dilihat bahwa kedua variabel X (Kualitas Produk) dan Variabel Y (Kepuasan Konsumen), memiliki nilai *Cronbach Alpha* diantaranya masing – masing sebesar 0,895 dan 0,936 dengan interpretasi nilai reliabilitas Sangat Tinggi.

Analisis Regresi Sederhana

Tabel Hasil Analisis Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,985	2,993	,997	,321
	Kualitas_Produk	1,210	,045	,944	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Berdasarkan hasil analisis di atas, model regresi linier sederhana yang dibangun adalah:

$$\hat{Y} = 2,985 + 1,210X$$

Dari model tersebut diinterpretasikan hal – hal sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2,985, hal ini berarti jika diasumsikan variabel Kualitas Produk (Variabel X) sama dengan nol maka Kepuasan Konsumen (Variabel Y) akan

tetap atau tidak berubah sebesar 2,985.

2. Setiap peningkatan satu persen variabel X (Kualitas Produk), maka jumlah variabel Y (Kepuasan Konsumen) akan meningkat sebesar 1,210.
3. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif dan signifikan antara variabel Y (Kepuasan Konsumen) dan Variabel X (Kualitas Produk), semakin naik nilai Variabel X (Kualitas Produk) maka akan semakin meningkat nilai Variabel Y (Kepuasan Konsumen).

Tabel Analisis Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,944 ^a	,891	,889	3,24567

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Berdasarkan hasil analisis di atas diperoleh nilai koefisien korelasi pearson sebesar 0,944. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang Sangat Kuat antara Kualitas Produk (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo.

Tabel Pengujian Hipotesis (uji t)

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	,997	,321
	Kualitas_Produk	26,782	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Dari hasil di atas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 26,782 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Dengan demikian diperoleh hasil uji signifikan sebagai berikut:

Tabel. Perbandingan Uji Signifikan

Taraf Signifikansi α	Nilai t_{hitung}	Nilai t_{tabel}	Nilai Signifikansi	Kesimpulan
5%	26,782	1,986	0,000	<i>Signifikan</i>

Berdasarkan hasil uji signifikan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $26,782 > 1,986$ pada taraf signifikansi α sebesar 5%, maka H_0 Ditolak sedangkan H_a Diterima. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan oleh peneliti pada bagian sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis penelitian yang berbunyi “ Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo dapat Diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) dengan interpretasi pengaruh yang Sangat Kuat. Nilai Koefisien Determinasi ($Rsquare$) menunjukkan besarnya persentase pengaruh variabel X (Kualitas Produk) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) yaitu sebesar 89,1%.
2. Berdasarkan hasil uji signifikan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $26,782 > 1,986$ pada taraf signifikansi α sebesar 5%, maka H_0 Ditolak sedangkan H_a Diterima. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo.

Saran

Berdasarkan hasil Penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat diuraikan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Untuk pihak shopee perlu adanya peningkatan terhadap barang-barang yang ada didalam marketplace terutama produk-produk yang dijual pastikan untuk selalu mengawasi setiap penjual yang ada sehingga konsumen tetap percaya untuk selalu menggunakan shopee sebagai saranaan kebutuhan berbelanja
2. Bagi mahasiswa disarankan untuk selalu memperhatikan produk yang ingin dibeli perhatikan ulasan serta rating toko tersebut Tanya kepada saudara atau teman-minta yang pernah berbelanja serta ketika ingin membeli pastikan dulu untuk bertanya kepada penjual terkait barang yang ingin dibeli
3. Kiranya penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman atau referensi bagi pihak lain untuk menambahkan criteria sampel yang menjadi responden penelitian, atau menambah variabel lain serta menguji dampaknya terhadap kepuasan konsumen, sehingga hasil penelitian dapat diperkaya.

References

- Ibrahim, M., &Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- J. Supranto. 1997. “Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan”. Jakarta: Rinekaipta.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian, 21(1), 1–8.
- Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta :Prenhalindo.
- Kotler, Philip (2008). Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan: PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2008). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Salemba Empat.

- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Masali, N., Mahmud, M., Ardiansyah, A., Moonti, U., Yantu, I., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Dulomo Indah. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 52–65. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18080>
- Masali, N., Mahmud, M., Ardiansyah, A., Moonti, U., Yantu, I., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Dulomo Indah. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 52–65. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18080>
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2654>
- Mc., Charty dan Perreault Jr. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Kelima. Jakarta: Erlangga
- PDDikti - Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. 2022. [kemdikbud.go.id](https://pddikti.kemdikbud.go.id). 2022. https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/MjAxRDE1QjMtMEY1OC00QThBLUFGRUUtMkFEQjVBQTRBQjE.
- Priansa Donni Junni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabet
- Purnomo Edwin Setyo. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks. Vol. 1, No. 6
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234. <https://doi.org/10.26623/slsi.v17i3.1636>
- Sejarah Shopee Di Indonesia: Marketplace Sukses Di Tanah Air – Ginee 2021. Ginee. October 18, 2021. <https://ginee.com/id/insights/sejarah-shopee-indonesia/>.
- Siregar, N., & Hakim, F. (2018). Pengaruh pencitraan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan kampoeng Deli Medan. *Jumant*, 8(2), 87-96.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung :Alfabeta.



This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Editorial of JEBE : Economic Education Study Program, Faculty of Economics Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia.