

PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN ONLINE SHOP BILABEL.ID

Shasabila Risty, M.Naely Azhad, Budi Santoso
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Jember

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan *online shop* Bilabel.id. Metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah *servqual* dengan menggunakan 5 dimensi yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reability*), ketanggapan (*responsive*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 78 responden. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner online yang disebar dalam bentuk link.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif, *Important Performance Analysis* (IPA) yang didalamnya menggunakan diagram kartesius untuk mengetahui tingkat kinerja dan kepentingan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang merupakan konsumen dari *online shop* Bilabel.id merasa sangat puas terhadap kualitas layanan yang diberikan pihak *online shop* Bilabel.id. Hal ini terlihat dari hasil pengukuran dengan menggunakan metode IPA diperoleh hasil terdapat 6 atribut yang termasuk dalam kuadran A, yang artinya atribut pelayanan tersebut harus diperbaiki kinerjanya agar kualitas layanan pada *online shop* Bilabel.id semakin membaik kedepannya.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, *Important Performance Analysis* (IPA)

ABSTRACT

The purpose of this study is to measure the level of customer satisfaction with the quality of Bilabel.id online shop services. The method used to measure service quality is *servqual* by using 5 dimensions namely tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The sample used in this study was 78 respondents. Data collection uses an online questionnaire distributed in the form of links.

The analytical methods used are quantitative descriptive analysis, *Important Performance Analysis* (IPA) in which the Cartesian diagram is used to determine the level of performance and importance. The results of this study indicate that the majority of respondents who are consumers of the Bilabel.id online shop for processing data using the IPA method, there are 6 attributes included in quadrant A, which means that the service attributes must be improved in order to improve the quality of services at the Bilabel.id online shop going forward.

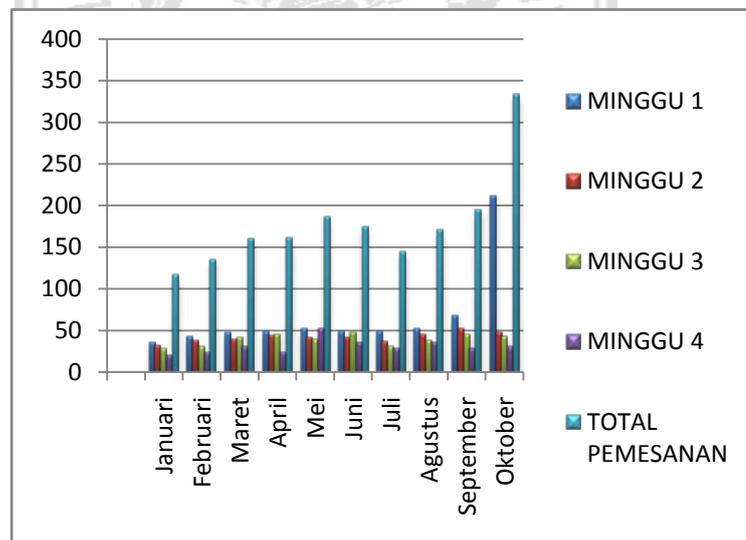
Keywords: Service Quality, *Important Performance Analysis* (IPA)

Latar Belakang

Perkembangan *Online Shop* atau toko online melalui media internet sudah menjamur di Indonesia. *Online shopping* memberikan kemudahan dan fleksibilitas baik bagi konsumen maupun penjual. Bagi konsumen *online shopping* dapat menghemat waktu dan biaya untuk mencari informasi, memilih dan membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan bagi penjual, *online shopping* dapat meningkatkan pendapatan, menghemat biaya promosi, memperluas

jangkauan pasar global dan meningkatkan layanan pada pelanggan. Dalam bisnis *online shopping* adanya kualitas produk dan pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Menurut Rangkuti (2013) dalam Sastika (2018) kualitas jasa atau *service quality* adalah jasa pelayanan yang kita berikan kepada pelanggan. Salah satu tolak ukur kepuasan konsumen yang berbelanja online dapat dilihat dari kualitas jasa pelayanannya atau sering disebut *E- Servqual (Electronic Service Quality)*. *E- Servqual (Electronic Service Quality)* merupakan gabungan antara pelayanan dan elektronik. *E- servqual* adalah langkah yang tepat untuk mengatasi kesulitan dari pelayanan tradisional yang kendalanya sering ada di terbatasnya fasilitas dari perusahaan itu sendiri. Dari sisi keifisian waktu, *e-servqual* bisa diakses lebih fleksibel bagi pelanggan dimanapun dan waktu respon dari perusahaan yang tergolong cepat, walaupun hingga saat ini baru sedikit yang melakukan *e-servqual* secara realtime. Namun demikian, pengaruh *e-service quality* pada kepuasan konsumen dalam konteks layanan online lebih banyak diteliti pada toko online yang sudah memiliki reputasi dan sudah cukup lama beroperasi, sedangkan penelitian pada toko online baru yang belum lama beroperasi relative belum banyak dieksplorasi lebih jauh oleh peneliti terdahulu.

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah *online shop* bernama Bilabel.id, produk yang ditawarkan beragam mulai dari hijab hingga kini mencoba menawarkan blouse dan pelengkap outfit kekinian menyesuaikan dengan tren pasar anak remaja saat ini. Berlokasi di kota Bondowoso, toko online ini melakukan pemasaran via *online* maupun *offline* (mouth to mouth). Pemasaran via *online* dilakukan dengan bantuan media social Instagram dan Whatsapp sedangkan pemasaran via *offline* cukup dengan bantuan kawan dan keluarga yang menyebarkan informasi menarik di lingkungan sekitar supaya dapat menarik daya beli produk Bilabel.id.



Gambar 1.2 Grafik Rekapitulasi Data Pemesanan
Sumber: Data diolah tahun 2018

Berdasarkan kedua tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah pemesanan bilabel.id periode bulan Januari hingga Oktober tahun 2018 mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak signifikan. Tingkat pertumbuhan pemesanan tiap bulan mengalami kenaikan pada Minggu ke 1, sedangkan di Minggu ke 4 cenderung mengalami penurunan. Puncak pemesanan terbanyak terjadi pada bulan Oktober, dan pemesanan terendah terjadi pada bulan Januari. Salah satu strategi yang dapat dilakukan dalam meningkatkan pemesanan dan penjualan adalah dengan cara meningkatkan

kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan maksimal akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Untuk itu peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengukur tingkat kepuasan konsumen pada online shop Bilabel.id. Objek yang dipilih adalah sebuah *online shop* dimana *e-service quality* pada kepuasan konsumen dalam konteks layanan online lebih banyak diteliti pada toko *online* yang sudah memiliki reputasi dan sudah cukup lama beroperasi, sedangkan penelitian pada toko *online* baru yang belum lama beroperasi relative belum banyak dieksplorasi lebih jauh oleh peneliti terdahulu, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah: Bagaimanakah indeks dan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan *online shop* Bilabel.id?

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk membandingkan antara persepsi (harapan) dan kinerja dari layanan bilabel.id yang dirasakan konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini adapun pertimbangan tertentu yang digunakan adalah responden yang minimal sudah pernah belanja di Bilabel.id dalam satu hingga dua kali order. Jumlah populasi dalam penelitian adalah 334 konsumen. Agar sampel yang diambil dapat mewakili populasi maka menentukan jumlah sampel yang akan diambil penelitian ini digunakan rumus *Slovin* (Umar, 2005:146) :

$$n = \frac{334}{1 + 334 \cdot (0.1)^2}$$

$$= \frac{334}{4,34}$$

$$= 78 \text{ responden}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hasil Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuisioner (Ghozali, 2010). Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai *r* hitung (*corelation item total correlation*) dengan nilai *r* tabel (*n-2*) dimana *n* adalah jumlah sampel. Jadi *n* yang digunakan adalah *n(78) - 2 = 76* maka menghasilkan nilai *r* tabel 0,2227. Jika *r* hitung lebih besar dari *r* tabel berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel/ Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
1	<i>Tangibles</i>			
	X1.1	0,836	0,2227	Valid
	X1.2	0,821	0,2227	Valid
	X1.3	0,744	0,2227	Valid
2	<i>Reability</i>		0,2227	
	X2.1	0,834	0,2227	Valid
	X2.2	0,823	0,2227	Valid
	X2.3	0,828	0,2227	Valid
3	<i>Responsive</i>		0,2227	
	X3.1	0,853	0,2227	Valid
	X3.2	0,829	0,2227	Valid
	X3.3	0,861	0,2227	Valid
4	<i>Assurance</i>		0,2227	
	X4.1	0,832	0,2227	Valid
	X4.2	0,876	0,2227	Valid
	X4.3	0,869	0,2227	Valid
5	<i>Emphaty</i>		0,2227	
	X5.1	0,870	0,2227	Valid
	X5.2	0,902	0,2227	Valid
	X5.3	0,854	0,2227	Valid

Sumber: Lampiran 6

Hasil Uji Validitas terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap skor kontruk dari setiap variabel menunjukkan hasil valid. Karena r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

Pengujian Reliabilitas Data

Uji Reabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana keandalan suatu alat pengukur untuk dapat digunakan lagi untuk penelitian yang sama. Pengujian reabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha (a)*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $a > 0,60$ (Ghozali, 2010). Hasil pengujian reabilitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Variabel	Cronbach Alpha	>	0,60	Keterangan
Tangibles	0,831	>	0,60	Reliabel
Reability	0,837	>	0,60	Reliabel
Responsive	0,873	>	0,60	Reliabel
Assurance	0,877	>	0,60	Reliabel
Emphaty	0,898	>	0,60	Reliabel

Sumber: Lampiran 7

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup tau memenuhi kriteria, sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Pengolahan Data IPA (Important Performance Analysis)

Hasil perhitungan terhadap atribut-atribut pelayanan yang diberikan pada *online shop* Bilabel.id dengan menggunakan metode IPA (*Important Performance Analysis*).

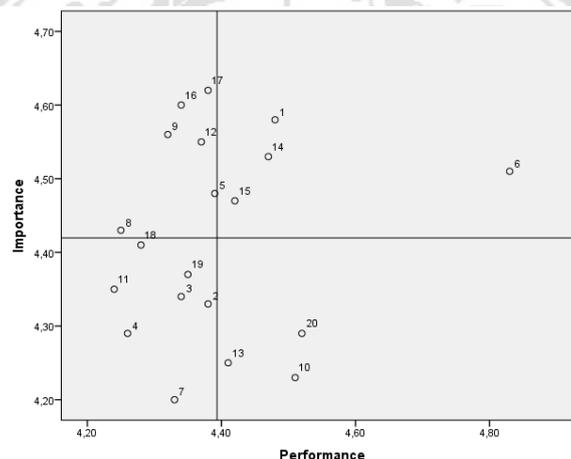
Rekapitulasi Data Perhitungan IPA (Important Performance Analysis)

NO	ATRIBUT	MSS	MIS	WF (%)	WS
1	Kualtas produk yang memuaskan	4,48	4,58	5,18%	23,206
2	Tampilan catalog di instagram yang menarik	4,38	4,33	4,89%	21,418
3	Tampilan foto catalog yang berdasarkan realpict	4,34	4,34	4,91%	21,309
4	Packing yang baik dan rapi	4,26	4,29	4,85%	20,661
5	Pelayanan admin yang professional	4,39	4,48	5,06%	22,213
6	Mudah dalam proses pembelian produk	4,83	4,51	5,10%	24,633
7	Mudah dalam proses pengambilan produk	4,33	4,20	4,75%	20,567
8	Admin membalas chat dengan cepat dan ramah	4,25	4,43	5,01%	21,292
9	Konsumen mendapatkan info barang yang di pesan ready sesuai janji	4,32	4,56	5,15%	22,248
10	Cepat dan tanggap dalam menyelesaikan transaksi atau proses order	4,51	4,23	4,78%	21,557
11	Memberi pilihan cara termudah untuk mendapatkan produk	4,24	4,35	4,92%	20,860

12	Memberi pilihan sarana pembayaran yang mudah	4,37	4,55	5,6%	24,472
13	Konsumen merasa aman dan nyaman selama bertransaksi	4,41	4,25	4,80%	21,168
14	Privasi konsumen terjaga dengan baik	4,47	4,53	5,12%	22,886
15	Barang yang diterima atau sampai tepat waktu	4,42	4,47	5,05%	22,321
16	Tidak membuat kesalahan dalam pengiriman atau pemberian produk	4,34	4,60	5,20%	22,568
17	Selalu bersedia membantu konsumen selama transaksi berbelanja	4,38	4,62	5,22%	22,863
18	Pelayanan yang menyenangkan selama proses transaksi belanja	4,28	4,41	4,98%	21,314
19	Ketersediaan admin dalam menerima keluhan dan pengaduan	4,35	4,37	4,94%	21,489
20	Perhatian terhadap kebutuhan konsumen	4,52	4,29	4,85%	21,922
	Total	87,87	88,39		418,399
	Rata rata Total	4,393	4,419		

Sumber: Lampiran 8

Hasil pemetaan nilai rata-rata atribut pelayanan dapat dilihat dari sebagian besar atribut-atribut pelayanan yang ada pada kuadran A sebanyak 6 atribut, kuadran B sebanyak 4 atribut, kuadran C sebanyak 7, dan kuadran D sebanyak 3. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada gambar kuadran berikut ini:



Gambar 4.2
Diagram Hasil Pengolahan Data IPA

Keterangan:

Terdapat 6 atribut (5,8,9,12,16,17) yang terdapat di kuadran A, terdapat 4 atribut (1,6,14,15) yang berada dalam kuadran B, terdapat 7 atribut (2,3,4,7,11,19) yang berada di kuadran C, terdapat 3 atribut (10,13,20) yang berada di kuadran D

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah data data yang telah diperoleh dari berbagai sumber,diolah dan di analisis oleh peneliti maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu:

- 1) Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa: Terdapat 6 atribut yang terdapat di kuadran A,terdapat 4 atribut yang berada dalam kuadran B (Pertahankan Prestasi),terdapat 7 atribut yang berada di kuadran C (Berlebihan), terdapat 3 atribut yang berada di kuadran D (Prioritas Rendah).

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran untuk meningkatkan kinerja pelayanan *online shop* Bilabel.id agar dapat terus mempertahankan kepuasan konsumen terhadap pelayanannya, saran tersebut antara lain sebagai berikut:

- 1) Agar pihak *online shop* Bilabel.id dapat mempertahankan dan meningkatkan atribut-atribut yang dinilai sudah baik sehingga para konsumen yang berbelanja selalu merasa puas terhadap kualitas layanan yang diberikan.
- 2) Agar pihak *online shop* Bilabel.id memperhatikan dan memperbaiki atribut atribut yang dinilai kinerjanya masih dirasakan kurang,seperti yang utama adalah pelayanan admin dalam membalas chat maupun merekap order akan lebih baik bila tidak melakukan kesalahan, admin harus mengupayakan fast respon (cepat tanggap) dalam membalas chat dari konsume, pelayanan yang ramah pula dapat menambah tingkat kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]Anggraini. 2013. “**Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Gulaku di Kota Bandar Lampung**”. JIIA Vol. 1 No 2 April 2013
- [2] Christian, dan Nuari. 2018. “ **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus: Belanja Online Bhineka.com**”. Jurnal Siasat Bisnis Vol 20 No 1 Januari 2018
- [3] Deoranto,dkk. 2014. “**Analisis Persepsi Konsumen menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Studi Kasus Pada Café Ria Djenakan Coffee and Resto**”. Jurnal Industri Vol 4 No 2 Hal 74-81
- [4] Griffin, Ricky dan Michael.P.2015 “**Bisnis Internasional edisi ke 8**”.Jakarta. Salemba
- [5] Kotler, Philip dan Kevin L.K. 2009.**Manajemen Pemasaran , Edisi 13 Jilid 1**. Jakarta. Erlangga
- [6] Kotler, Philip dan Kevin L.L . 2012. **Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid I**.Jakarta. Erlangga
- [7] Sugiyono,J. 2012. “**Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**” Bandung. Alfabeta
- [8] Swastha, Basu dan Daharmesta. 2014. **Manajemen Pemasaran**. Yogyakarta. BPFE
- [9]] Septyaningrum dan Hidayat. 2016. “ **Service Quality Kepuasan Konsumen : Studi Kasus Empiris dan Implikasinya pada Toko Online**”. Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol VI No 2 Juni 2016
- [10] Sastika. 2018. “ **Analisis Kualitas Layanan dengan menggunakan metode *E-Service Quality* Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja di Online Shopee (Studi Kasus Pelanggan Shopee di Kota Bandung)**. Jurnal Ekonomi. Vol 2 No 2 Juli 2018
- [11] Sinaga, 2018. “**Analisis Indeks Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel Internasional Sibayak Berastagi**”
- [12] Tjiptono., Fandy . 2006. “**Manajemen Jasa Edisi ke 4**”. Yogyakarta. Andi Publisher

- [13] Tjiptono., Fandy dan Gregorius Chandra . 2011. “*Service Quality and Satisfaction Edisi 3*”. Yogyakarta. Andi Publisher
- [14] Tjiptono., Fandy . 2012. “*Service Management Mewujudkan Layanan Prima*”. Yogyakarta. Andi Publisher
- [15] Tjiptono, Fandy. 2014. “*Pemasaran Jasa*”. Yogyakarta. Andi Publisher
- [16] Tjiptono, Fandy dan Gregius Chandra. 2016. “ *ServiceQuality Satisfaction Edisike 4*”. Yogyakarta. Andi Publisher

