

Penerapan Metode E-Service Quality Terhadap Pengukuran Tingkat Kepuasan Penggunaan Marketplace

Wayan Gede Suka Parwita¹, I Gusti Ayu Agung Diatri Indradewi², Made Suci Ariantini³, Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantra⁴, I Kadek Andika Putra⁵

^{1,3,4,5}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi dan Informatika, Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia

Jl. Tukad Pakerisan No. 97, Denpasar, Indonesia

²Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Ganesha Jl. Udayana No. 11, Singaraja, Indonesia

e-mail: gede.suka@instiki.ac.id¹, indradewi@undiksha.ac.id², suci.ariantini@instiki.ac.id³, wiwik@instiki.ac.id⁴, andika.kadek133@gmail.com⁵

Received : November, 2022

Accepted : November, 2022

Published : October, 2022

Abstract

Intense competition makes various existing markets must be able to provide the best and satisfaction for users to win the existing competition. In the review of the JD.ID application during versions 6.3 and 6.4 there were several user complaints that led to system and service quality problems. Service quality is one of the factors supporting the success or failure of an information system to provide satisfaction to its users. The purpose of this study was to determine how the influence of electronic service quality (e-service quality) on user satisfaction in the JD.ID application. The type of analysis used in this study is simple regression analysis with descriptive analysis to describe a generalization or explain the research subject based on the dimensions of e-service quality, so that an overview of the effect of e-service quality on user satisfaction can be obtained. The processed data was obtained from distributing questionnaires by using the google form. The results showed that the majority of JD.ID marketplace users in Badung Regency were women. The test results show that e-service quality which consists of dimensions of efficiency, system availability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, and contact has a significant influence on user satisfaction and has a strong correlation with a correlation point of 0.56 or 56%, meaning that the higher the service quality JD has. ID, the higher the level of satisfaction of JD.ID users. It can be said that the service quality of JD.ID is quite good in providing user satisfaction.

Keywords: e-service quality, JD.ID, service quality, user satisfaction

Abstrak

Persaingan yang ketat membuat berbagai marketplace yang ada harus mampu memberikan layanan terbaik serta kepuasan kepada penggunanya guna memenangkan persaingan yang ada. Pada review aplikasi JD.ID saat versi 6.3 dan 6.4 terdapat beberapa keluhan pengguna yang mengarah ke permasalahan kualitas sistem dan layanan. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor pendukung sukses atau tidaknya sebuah sistem informasi memberikan kepuasan pada penggunanya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh electronic service quality (e-service quality) terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi JD.ID. Jenis analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dengan analisis deskriptif untuk menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan mengenai subjek penelitian berdasarkan dimensi e-service quality, sehingga dapat diketahui gambaran umum mengenai pengaruh e-service quality terhadap kepuasan

pengguna. Data yang diolah diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan memanfaatkan google form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengguna marketplace JD.ID di Kabupaten Badung adalah perempuan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa e-service quality yang terdiri dari dimensi *efficiency, system availability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna dan memiliki korelasi yang kuat dengan nilai korelasi yang diperoleh adalah sebesar 0,56 atau sebesar 56%, artinya adalah semakin tinggi kualitas layanan yang dimiliki JD.ID maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna JD.ID. Dapat dikatakan bahwa kualitas layanan JD.ID sudah cukup baik dalam memberikan kepuasan pengguna.

Kata Kunci: e-service quality, JD.ID, kualitas layanan, kepuasan pengguna

1. PENDAHULUAN

Pengguna internet di Indonesia terhitung mengalami peningkatan dari bulan Januari 2020 hingga Januari 2021 sebesar 15,5% atau sekitar 27 juta pengguna dari total pengguna internet di tahun 2021 sebanyak 202,6 juta pengguna [1]. Meningkatnya jumlah pengguna internet saat ini merangsang munculnya berbagai ritel *online* atau yang kerap dikenal sebagai *e-commerce*. Di Indonesia saat ini telah banyak berkembang berbagai macam *e-commerce* salah satunya adalah *e-commerce* yang tergolong sebagai *Marketplace*. *Marketplace* merupakan sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi [2]. JD.id merupakan sebuah *marketplace* yang memanfaatkan internet sebagai media dalam mengembangkan proses bisnisnya, dengan melalui *website* dan aplikasi *mobile* transaksi jual beli dapat dilakukan secara *online*. Pada awal tahun 2021, JD.id menerima beberapa keluhan oleh pengguna terhadap masalah layanan yang ada pada aplikasi JD.id. Versi JD.id pada saat itu adalah versi 6.3 sampai 6.4. Keluhan yang dirasakan pengguna cenderung mengarah pada permasalahan kualitas sistem dan layanan pada aplikasi JD.id. Padahal semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap tingginya tingkat kepuasan pengguna.

Penelitian terdahulu mengenai kualitas layanan *e-commerce* HNI.id menggunakan metode *Electronic Service Quality* yang diidentifikasi menggunakan nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Penelitian tersebut menganalisis tingkat kualitas layanan *e-commerce* herbal terhadap kepuasan pengguna berdasarkan variabel yang paling berpengaruh dalam pelayanan *e-*

commerce herbal [3]. Penelitian berikutnya menganalisis kualitas pelayanan Bhinneka.com dengan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* berdasarkan dimensi *E-Servqual*. Penelitian tersebut menganalisis tingkat kualitas pelayanan *online* dari Bhinneka.com berdasarkan penilaian pengguna terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan dan kualitas pelayanan yang diharapkan [4]. Metode *End User Computing Satisfaction* digunakan untuk mengevaluasi kepuasan pengguna aplikasi Tapp Market. Penelitian tersebut mendeskripsikan kepuasan pengguna terhadap aplikasi Tapp Market dari aspek *Content* dan *Timeliness* serta merumuskan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas *Content* dan *Timeliness* [5]. [6] menggunakan metode *Servqual* lima dimensi untuk membandingkan kualitas layanan aplikasi transportasi *online* di Indonesia, sedangkan [7] menggunakan metode *E-Servqual* untuk menganalisis tingkat kepuasan mahasiswa dan juga dimensi apa yang mempengaruhi tingkat kepuasan Sistem Informasi Akademik. Penelitian [8], [9], dan [10] juga menerapkan metode *E-Service Quality* untuk menganalisis kualitas layanan *e-commerce*.

Berdasarkan sejumlah penelitian terdahulu yang membahas mengenai kualitas layanan dan kepuasan pengguna, maka pada penelitian ini dilakukan analisis tingkat kepuasan pengguna dan kualitas layanan pada aplikasi JD.id dengan menggunakan metode *E-Service Quality*. Selain itu, pada penelitian ini juga dilakukan analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi JD.id.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk memudahkan pengumpulan data untuk mendukung penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner. Pada penelitian ini yang dijadikan populasi adalah masyarakat yang berusia 14-40 tahun yang berdomisili di Kabupaten Badung yang pernah menggunakan aplikasi JD.id. Ukuran sampel atau data observasi yang sesuai adalah berjumlah antara 100 sampai 200 sampel. Pada penelitian ini, peneliti menetapkan jumlah sampel penelitian sebanyak 150 sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria sampel yang dipilih adalah masyarakat yang pernah menggunakan aplikasi JD.id dan menggunakan *smartphone* dengan sistem operasi android. *Smartphone* yang digunakan minimal memiliki RAM 2GB, versi android minimal v7.1 dengan koneksi internet yang stabil.

2.2 Penentuan Indikator dan Variabel

Pada penelitian ini digunakan metode *E-service quality* sebagai dasar penyusunan indikator dan variabel. Daftar indikator dan variabel metode *E-Service Quality* ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1: Indikator dan Variabel Penilaian

No	Indikator	Sub Indikator	Variabel	
VARIABEL INDEPENDENT				
1	Efficiency (Efisiensi)	1	Aplikasi JD.id memiliki fitur dan menu yang simpel dan mudah digunakan dan dipahami (<i>user friendly</i>)	X1
		2	Aplikasi JD.id memiliki kecepatan yang baik dalam <i>refresh</i> dan menu pada aplikasi.	X2
		3	Saat saya melakukan pencarian sebuah barang di aplikasi JD.ID, aplikasi menampilkannya secara tepat dan cepat.	X3
		4	Menggunakan aplikasi JD.ID memungkinkan saya menyelesaikan proses transaksi dengan cepat dan	X4

No	Indikator	Sub Indikator	Variabel	
		tidak rumit digunakan		
2	System availability (Ketersediaan Sistem)	5	Halaman aplikasi tidak membeku/macet setelah memasukkan informasi pesanan	X5
		6	Aplikasi JD.ID dapat diakses kapanpun dan dimanapun (terhubung dengan internet)	X6
		7	Aplikasi JD.ID pada versi saat ini (V 6.7.8) dapat berjalan baik dan normal	X7
3	Fulfillment (Pemenuhan)	8	Pada Aplikasi JD.id memiliki banyak pilihan metode pembayaran.	X8
		9	Customer service Jd.id dapat menyelesaikan masalah transaksi dan menanggapi keluhan pengguna dengan baik.	X9
		10	Pada aplikasi JD.ID menyediakan fitur untuk COD untuk proses penerimaan barang.	X10
		11	Pada aplikasi JD.ID memberikan estimasi waktu barang akan diterima.	X11
		12	Stok barang sebenarnya yang dimiliki oleh penjual sesuai dengan informasi ketersediaan barang di aplikasi JD.ID	X12
		13	Pada aplikasi JD.id biaya total pembayaran yang tertera di aplikasi sesuai dengan biaya yang seharusnya dibayar oleh pengguna tanpa ada biaya diluar yang tertera pada aplikasi	X13
4	Privasi	14	Pada aplikasi JD.ID nomor transaksi saya tidak pernah tersebar ke pengguna lain.	X14
		15	Aplikasi JD.Id tidak membagikan informasi pribadi pengguna seperti	X15

No	Indikator		Sub Indikator	Variabel	
		16	alamat rumah, akun gmail, dan nomor telepon kepada pihak lain	X16	
			Pin/sandi kartu kredit yang digunakan saat pembayaran di aplikasi JD.id terenkripsi dengan baik sehingga tidak diketahui pihak lain.		
			Aplikasi JD.id selalu membantu menginformasikan produk dan saran bagi pelanggan melalui pesan atau notifikasi		X17
			Layanan JD.ID memiliki opsi/pilihan dan tahapan yang nyaman untuk mengembalikan barang		X18
5	Responsiveness (Daya tanggap)		Aplikasi JD.Id cepat pulih jika terjadi eror pada sistem aplikasi	X19	
			Aplikasi JD.ID memberitahukan saya langkah-langkah jika pesanan yang saya pesan tidak dapat diproses.	X20	
			JD.id memberikan garansi 100% pengembalian dana kepada pengguna yang bersangkutan jika transaksi gagal	X21	
			JD.id menawarkan retur barang jika barang yang datang tidak sesuai pesanan atau rusak	X22	
6	Kompensation (Kompensasi)		JD.id memberikan kompensasi jika beberapa menu yang ditawarkan membuat pengguna terganggu. (kompensasi dapat berupa voucher, dll)	X23	
			Aplikasi JD.id menyediakan pelanggan akses komunikasi (telepon, email dan lain-lain) untuk membantu pengguna dalam berkomunikasi kepada pihak JD.id jika terjadi kendala atau memiliki keluhan.	X24	
7	Contact (Kontak)				

No	Indikator		Sub Indikator	Variabel
		25	Aplikasi JD.ID juga menyediakan fitur komentar untuk memberikan ulasan terkait produk yang dijual dan menginformasikan kepada pembeli lain	X25
			26	Aplikasi JD.id menyediakan kontak customer service yang selalu online setiap saat jika dihubungi.

VARIABEL DEPENDENT

No	Indikator		Sub Indikator	Variabel
8	User Satisfaction		Saya sangat ingin menggunakan kembali aplikasi JD.id untuk membantu dalam transaksi online.	Y1
			Secara keseluruhan layanan aplikasi JD.ID mampu menjawab harapan saya terhadap sebuah marketplace online	Y2
			Merasa puas dengan layanan yang selama ini didapatkan selama menggunakan aplikasi JD.id	Y3
			Saya puas dengan menggunakan waktu saya untuk berbelanja di situs JD.ID	Y4
			Saya puas dengan jumlah penawaran (promosi) di JD.ID	Y5

2.3 Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini ditetapkan bahwa kepuasan nasabah adalah variabel terikat (*dependent variables*). Sedangkan untuk variabel bebas (*independent variables*) adalah dimensi layanan inti e-SERVQUAL (*efficiency, System availability, fulfillment, privacy, daya tanggap, kompensasi, dan kontak*). Hipotesis yang dapat dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 = 0$, (*e-service quality* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna).
2. $H_a \neq 0$, (*e-service quality* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna).

2.5 Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner

Kuesioner disusun berdasarkan dimensi-dimensi *e-servqual* yang menghasilkan atribut-atribut pertanyaan penelitian yang disebar kepada responden penelitian. Pada penelitian ini penyebaran kuesioner dilakukan secara daring menggunakan *google form* agar dapat menjangkau lebih banyak responden serta menghemat waktu penelitian.

2.7 Analisis Data

Pada tahap analisis data, menggunakan metode analisis deskriptif untuk menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek tertentu, sehingga dapat diketahui gambaran umum mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pengguna. Data yang telah terkumpul melalui penyebaran kuesioner akan dilakukan uji validitas dan juga uji reliabilitas dengan bantuan *software* SPSS versi 15. Setelah itu akan dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal dan uji dengan model regresi sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. Setelah itu akan dilakukan uji hipotesis antara lain uji T yang berfungsi untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh secara individu terhadap variabel terikatnya. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Variabel *Electronic Service Quality (X)*

Variabel *Electronic Service Quality* memiliki 7 dimensi dimana setiap dimensi sudah ditetapkan beberapa indikator pernyataan. Perolehan hasil penyebaran kuesioner dicantumkan pada Tabel 2.

Tabel 2: Rata- Rata Tanggapan Responden Terhadap Variabel X

No	Total	Rata-rata
X1	696	4,64
X2	641	4,27
X3	647	4,31
X4	678	4,52

No	Total	Rata-rata
X5	627	4,18
X6	695	4,63
X7	648	4,32
X8	688	4,59
X9	624	4,16
X10	661	4,41
X11	655	4,37
X12	650	4,33
X13	681	4,54
X14	668	4,45
X15	669	4,46
X16	675	4,50
X17	656	4,37
X18	650	4,33
X19	629	4,19
X20	671	4,47
X21	667	4,45
X22	676	4,51
X23	657	4,38
X24	665	4,43
X25	702	4,68
X26	668	4,45
Rata-Rata	663,23	4,42

Dari keseluruhan data yang diperoleh, nilai rata-rata yang diperoleh untuk variabel *e-service quality (X)* keseluruhan yaitu rata-rata 4,42 yang menyatakan bahwa mayoritas responden memilih Setuju dan Sangat Setuju terhadap variabel *e-service quality (X)*.

3.2 Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan, diperoleh hasil dari beberapa tanggapan responden terhadap variabel Y yang dapat dilihat di Tabel 3.

Tabel 3: Hasil Tanggapan Beberapa Responden Terhadap Variabel Y

No	Total	Rata-rata
Y1	683	4,55
Y2	677	4,51
Y3	683	4,55
Y4	681	4,54
Y5	676	4,51
Rata-Rata	680,00	4,53

Dari keseluruhan data yang diperoleh, nilai rata-rata yang diperoleh untuk Y1 dan Y3 adalah 4,55, Y2 dan Y5 sebesar 4,51, dan Y4

sebesar 4,54. Dari hasil rata-rata diketahui bahwa mayoritas responden memilih jawaban Setuju dan Sangat Setuju.

3.3 Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Untuk hasil uji linearitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4: Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Customer Satisfaction*	(Combined)	182,643	27	6,765	2,709	,000
	Linearity	153,089	1	153,089	61,298	,000
E-Servqual	Deviation from Linearity	29,554	26	1,137	,455	,989
	Within Groups	304,690	122	2,497		
	Total	487,333	149			

Dari tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,989 lebih besar dari 0,05, yang artinya terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel *e-service quality* (X) dengan variabel *customer satisfaction* (Y). Sedangkan jika kita hitung dengan nilai f, diperoleh nilai fhitung = 0,455, sedang ftabel kita cari pada distribution tabel nilai f0.05, dengan angka dfnya, dari output diatas diketahui df 26.122. Lalu kita cari pada ftabel ditemukan nilai ftabel = 1,587. Karena nilai fhitung lebih kecil dari ftabel maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel *e-service quality* (X) dengan variabel kepuasan pengguna (Y).

3.4 Analisis Regresi Linear Sederhana

Selanjutnya akan dilakukan Analisis regresi linier sederhana dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen dengan variabel dependen yaitu antara *e-service quality* (x) terhadap kepuasan pengguna (y). Untuk hasil uji analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5: Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)			

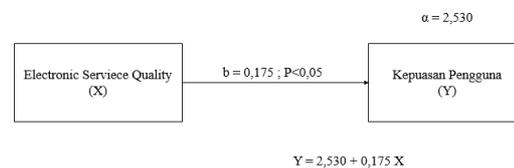
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,530	2,449		1,033	,303
	E-Servqual	,175	,021	,560	8,233	,000

Berdasarkan hasil tersebut apabila kita ubah ke dalam *standarized* dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX \quad (1)$$

$$Y = 2,530 + 0,175 X \quad (2)$$

Untuk lebih jelasnya, bisa dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pemodelan Regresi Sederhana

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) positif sebesar 2,530 menunjukkan bahwa berpengaruh positif yaitu variabel independen *e-service quality*. Bila variabel independen naik atau berpengaruh maka variabel kepuasan pelanggan akan naik terpenuhi atau terikat.
2. Nilai koefisien X sebesar 0,175 menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan atau jika ditingkatkan nilai *e-service quality* sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,175.

3.5 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji-t untuk menguji atau mengukur seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas secara individu terhadap variabel terikatnya.

Tabel 6: Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,530	2,449		1,033	,303

E-Servqual	,175	,021	,560	8,233	,000
------------	------	------	------	-------	------

Dari hasil yang ditunjukkan pada Tabel 6 dapat dilihat pengaruh variabel secara parsial adalah diperoleh hasil *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung variabel *e-service quality* (X) adalah 8,223 dan nilai t tabel (df= 150-31) adalah 1,98 maka H_0 diterima dan $Sig < 5\%$ ($0.000 < 0.05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *e-service quality* (X) positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y).

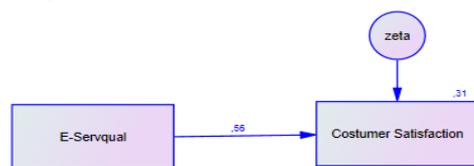
3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat dan menentukan berapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan. Untuk hasil uji R dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7: Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
dimension0	1	,560 ^a	,314	,310

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,314. Nilai R Square 0,314 ini diperoleh dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi "R" yaitu $0,560 \times 0,560 = 0,314$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,314 atau sama dengan 31,4 %. Jika dilihat dalam pemodelannya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pemodelan Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan gambar, dapat disimpulkan bahwa dimana nilai koefisien korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,56. Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel, maka digunakan kriteria seperti yang tercantum di Tabel 8.

Tabel 8: Interpretasi Korelasi

Nilai	Keterangan
-------	------------

0	Tidak ada korelasi
>0 – 0,25	Korelasi sangat lemah
>0,25 – 0,5	Korelasi cukup
>0,5 – 0,75	Korelasi kuat
>0,75 – 0,99	Korelasi sangat kuat
1	Korelasi sempurna

Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa variabel *electronic service quality* memiliki korelasi yang kuat terhadap variabel kepuasan pengguna. Nilai R Square atau nilai koefisien determinasi diatas menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* (X) yang terdiri dari dimensi *efficiency, system availability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, dan contac* mampu mempengaruhi variabel kepuasan pengguna sebesar 31,4%, sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 31,4\% = 68,6\%$) dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian misalnya kualitas sistem, tampilan sistem, manfaat sistem dan lain-lain.

Pada penelitian dengan menggunakan data survey (primer) yang bersifat *cross section*, maka R Square yang bernilai 0,2 atau 0,3 dapat dikatakan sudah cukup baik. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa variabel *service quality* sudah cukup baik dalam mempengaruhi variabel kepuasan pengguna.

3.7 Pemodelan Data

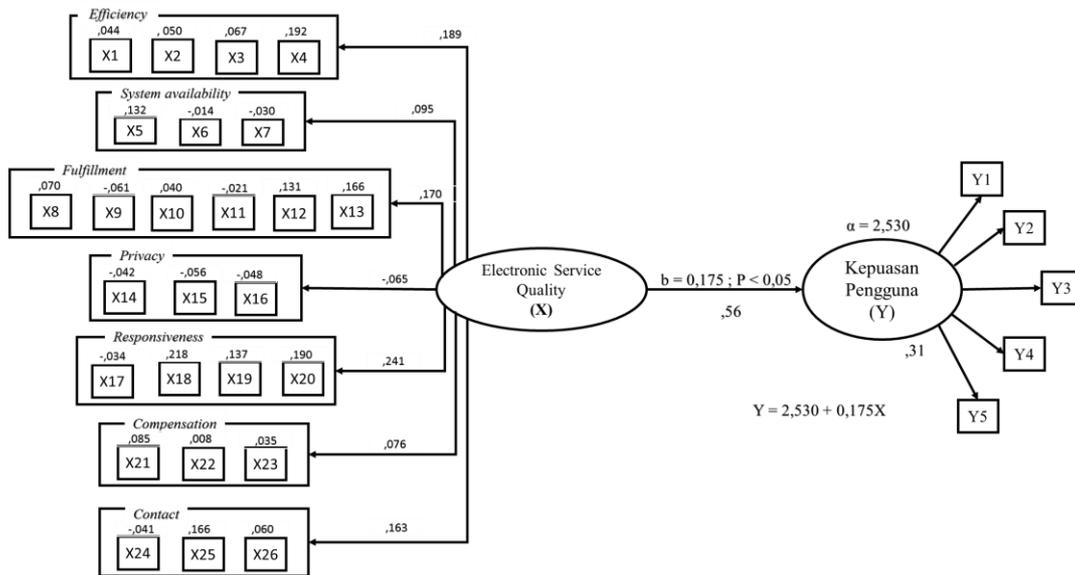
Pemodelan per indikator variabel *electronic service quality* terhadap kepuasan pengguna diperoleh dari uji regresi dengan melihat nilai beta pada kolom *Standardized Coefficients* dan juga nilai signifikansi. Pemodelan dilakukan untuk mengetahui indikator dari variabel *e-service quality* yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna. Hasil dari uji regresi dimodelkan dan dapat dilihat pada Gambar 3.

3.8 Pembahasan

Penelitian ini secara umum menunjukkan penilaian responden kualitas layanan *marketplace* JD.ID. Dari hasil pengumpulan data didapatkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan jawaban banyaknya tanggapan setuju dari responden terhadap variabel penelitian yaitu variabel independen *e-service quality* terhadap kepuasan pengguna *marketplace* JD.ID. Melalui hasil pengolahan data kuesioner pada tabel diperoleh responden

paling banyak berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih suka melakukan transaksi secara online dan memanfaatkan aplikasi JD.ID. Usia responden terbanyak yaitu di antara 26-30 tahun. Hal tersebut menunjukkan responden usia produktif lebih sering melakukan transaksi pembelian secara online. Dari hasil

pengumpulan data juga diperoleh barang apa saja yang paling sering dibeli responden saat melakukan transaksi online. Dan sekitar 45% responden menjawab pakaian dan alat kecantikan.



Gambar 3: Pemodelan Hasil Penelitian

Indikator *electronic service quality* digunakan untuk mengukur sejauh mana kualitas layanan aplikasi JD.ID memenuhi kepuasan penggunanya. Saat melakukan pengumpulan dan pengujian data, ada beberapa data responden yang harus di eliminasi dikarenakan tidak memenuhi kriteria dan terdapat pernyataan yang tidak memiliki jawaban. Hal tersebut dikarenakan peneliti sempat melakukan perubahan isi kuesioner dan menyebarkannya kembali. Perubahan tersebut terjadi karena peneliti merubah indikator penelitian pada tabel 3.1 sehingga kuesioner yang digunakan harus ikut berubah. Berdasarkan uji yang telah dilakukan, mulai dari uji validitas dan reliabilitas, data menunjukkan bahwa kuesioner sudah valid dan reliabel. Pada uji normalitas dan uji linearitas data, diperoleh nilai signifikasni sebesar 0,434 dan 0,989, nilai tersebut lebih dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data kuesioner berdistribusi normal dan terdapat hubungan yang linier antara variabel *electronic service quality* (X) dan variabel kepuasan pengguna (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, pada uji regresi linear sederhana diperoleh nilai α positif sebesar 2,530 dan nilai koefisien x sebesar 0,175 dan memiliki signifikansi 0,000 yang dimana nilai tersebut kurang dari 0,05 yang artinya variabel *E-Service Quality* yang terdiri dari dimensi *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact* memiliki pengaruh positif dan terarah terhadap variabel kepuasan pengguna. Kemudian pada uji T dan Uji Koefisien Determinasi untuk mengetahui seberapa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna, diperoleh hasil H_a diterima dengan signifikansi $< 0,05$ yang artinya *e-service quality* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dan dapat diketahui Nilai *R Square* atau nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* (X) yang terdiri dari dimensi *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact* mampu mempengaruhi variabel kepuasan pengguna sebesar 31,4%, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 31,4\% = 68,6\%)$ dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen dalam

penelitian seperti kualitas sistem, tampilan sistem, manfaat sistem, dan lain-lain. Dengan nilai korelasi yang diperoleh adalah sebesar 0,56 atau sebesar 56% dan dikatakan memiliki korelasi yang kuat, maka artinya adalah semakin tinggi kualitas layanan yang dimiliki JD.ID maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna JD.ID. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dikatakan bahwa variabel service quality sudah cukup baik dalam mempengaruhi variabel kepuasan pengguna.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, sehingga diperoleh suatu kesimpulan yaitu *e-service quality* yang terdiri dari dimensi *efficiency, system availability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna pada *marketplace* JD.ID. Hubungan ini ditemukan berpengaruh secara positif dan signifikan dengan diterimanya hipotesis H_a dari nilai t hitung sebesar 8,223 lebih besar daripada nilai t tabel yang sebesar 1,980 dengan signifikansi dibawah 5%. Semakin tinggi kualitas layanan yang dimiliki JD.ID maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna JD.ID hal ini ditunjukkan berdasarkan nilai korelasi yang diperoleh yaitu sebesar 56% yang dapat dikatakan sebagai korelasi yang kuat. Berdasarkan nilai R^2 dapat dikatakan bahwa variabel *e-servqual* mampu mempengaruhi atau menjelaskan variabel kepuasan pengguna sebesar 31,4% yang berarti Kualitas layanan marketplace JD.ID sudah cukup bagus dalam memenuhi kepuasan penggunanya. Dengan adanya kualitas layanan yang baik, juga akan meningkatkan kepuasan pengguna terhadap aplikasi. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengukur tingkan kepercayaan konsumen pada dimensi *e-trust* yang terdiri *ability, benevolence, dan integrity*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] We Are Social, *Global Digital Insights. Digital 2021*, 2021.
- [2] A. Deni and Y. Saputra, "E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian," *Jurnal Resti*, vol. 1, no. 1, pp. 19–25, 2017.
- [3] S. R. Megawati, "Analisis kualitas layanan e-commerce hni.id terhadap kepuasan pengguna menggunakan e-servqual," *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, vol. 6, no. 2, pp. 205–212, 2020.
- [4] E. Nabila, M. Ariyanti, and D. Sumrahadi, "Analisis Kualitas Pelayanan Online (E-Servqual) Menggunakan Metode Importance Performance Analysis pada Bhinneka.com," in *e-Proceeding of Management*, 2018, pp. 141–151.
- [5] A. S. Damayanti, Y. T. Mursityo, and A. D. Herlambang, "Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi Tapp Market Menggunakan Metode EUCS (End User Computing Satisfaction)," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, vol. 2, no. 11, pp. 4833–4839, 2018.
- [6] F. P. Sihotang, "Perbandingan Kualitas Layanan Dua Aplikasi Transportasi Online Menggunakan Metode Servqual," *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, vol. 6, no. 2, pp. 147–162, 2019.
- [7] A. P. Rahayu, H. B. Santoso, and S. Rahayuningsih, "Analisa Kepuasan Sistem Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan E-Servqual," *JATI UNIK : Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*, vol. 2, no. 1, p. 55, 2019.
- [8] D. Pranitasari and A. N. Sidqi, "Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius," *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, vol. 18, no. 2, pp. 12–31, 2021.
- [9] D. Astuti and F. N. Salisah, "Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus: Lejel Home Shopping Pekanbaru)," *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, vol. 2, no. 1, pp. 44–49, 2016.
- [10] W. Sastika, "Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan E-Service Quality untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee," *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, vol. 2, no. 2, pp. 69–74, 2018.