
ANALISIS KOMPARASI KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MARKETPLACE TOKOPEDIA DAN SHOPPE (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga Kompleks Perumahan Inalum Tanjung Gading)

Dedy Dwi Arseto^{1,*}, Pantas Sipahutar²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya Tebing
Tinggi, Tebing Tinggi, Sumatera Utara

*E-mail: dedydwiarseto@gmail.com

Naskah Masuk: 22-11-2022 ; Diterima: 22-11-2022 ; Terbit: 23-11-2022

ABSTRAK

Abstrak - Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk menganalisis komparasi kepuasan konsumen pengguna marketplace tokopedia dan shopee (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga Kompleks Perumahan Inalum Tanjung Gading). Populasi yang dipilih sebanyak 48 orang. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil data yang digunakan dianalisis melalui software SPSS versi 25. Penelitian memperoleh hasil bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada pengguna marketplace Shopee dengan Tokopedia dan selanjutnya pada hipotesis dua dinyatakan tidak terdapat perbedaan kepuasan konsumen pada pengguna marketplace Shopee dengan Tokopedia.

Katakunci: Komparasi, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Abstract - This research aims to analyze the comparison of consumer satisfaction with the Tokopedia and Shopee marketplace users (Case Study of Housewives at the Inalum Housing Complex, Tanjung Gading). The selected population is 48 people. The regression analysis method used is multiple linear regression. The research data were analyzed using SPSS software version 25. The results showed that there was no difference in service quality for Shopee and Tokopedia marketplace users and then in the second hypothesis it was stated that there was no difference in customer satisfaction between Shopee and Tokopedia marketplace users.

Keywords: Comparison, service quality, customer satisfaction.

Copyright©2022 STIE Bina Karya Tebing Tinggi

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadi tantangan bagi para perusahaan agar dapat mampu bertahan dan bersaing. Pada era revolusi industri 4.0 menjadi awal perubahan yang sangat besar dalam dunia bisnis yang kini perusahaan bukan hanya bersaing dengan perusahaan lain tetapi perusahaan juga bersaing dengan pelaku usaha dengan skala rumahan, hal ini disebabkan pada era revolusi industri 4.0 semua kalangan dapat menjangkau penjualan secara global melalui koneksi internet pada marketplace. Marketplace merupakan platform yang dapat digunakan oleh semua kalangan dalam melakukan jual dan beli dengan melakukan transaksi secara online. Marketplace itu sendiri merupakan sebuah layanan jasa yang disediakan oleh perusahaan-perusahaan yang berbasis teknologi yang saat ini sangat berkembang. Pada awal tahun 2020 masuknya pandemic Covid-19 ke Indonesia memberikan

Dampak positif bagi perusahaan penyedia marketplace dimana tingkat kunjungan dan penjualan melalui *marketplace* meningkat signifikan, dilansir (CNNIndonesia.com).

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis perbedaan kualitas pelayanan pada penggunaan *marketplace* Shopee dengan Tokopedia
2. Untuk menganalisis perbedaan kepuasan konsumen pada penggunaan *marketplace* Shopee dengan Tokopedia

2. KAJIAN PUSTAKA

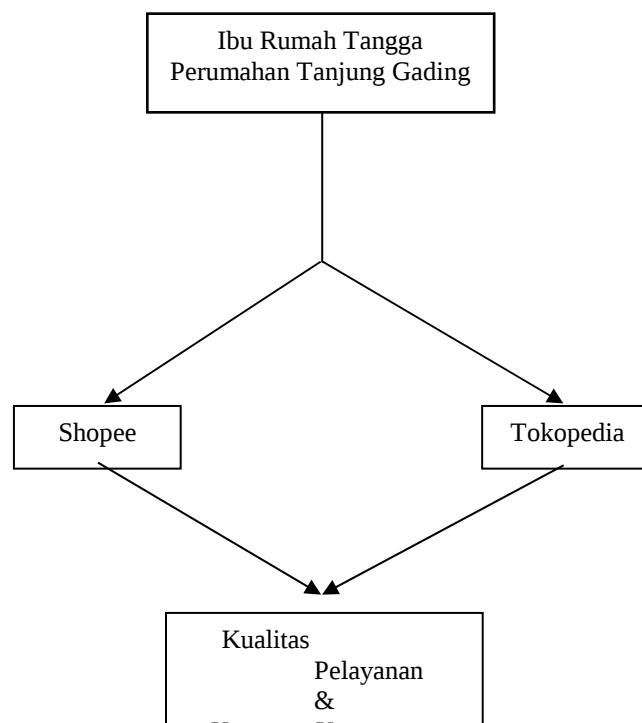
Kepuasan konsumen Menurut Hawkins & Lonney dalam Tjiptono, (2014) kepuasan konsumen yaitu suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan, keinginan konsumen terhadap produk dan jasa, melalui penampilannya atas produk dan jasa.

Berry, (2016) mengemukakan kualitas pelayanan yaitu suatu kondisi dinamis yang berhubungan erat atas produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau mencukupi kualitas pelayanan yang diinginkan.

Menurut Yustiani and Yunanto, (2019:44) *Marketplace* yaitu website yang menyediakan tempat online untuk para pelaku usaha menjual produknya di website tersebut, pelaku usahanya perlu memberikan informasi produk saja.

Kerangka Konsep

Model penelitian digambarkan pada kerangka konsep berikut:



Gambar 1. Kerangka Konsep

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan sifat penelitian adalah pengembangan. Dalam penelitian ini populasinya yaitu Ibu Rumah Tangga Kompleks Perumahan Inalum Tanjung Gading yang menggunakan aplikasi Shopee dan Tokopedia yaitu sebanyak 48 orang.

Data penelitian ini bersumber dari data primer yakni berupa kuisioner yang diberikan kepada para responden.

Defenisi Operasional variabel penelitian ini diuraikan sebagaimana berikut:

Tabel 1
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Pengukuran Skala
1.	Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap suatu produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, (2014)	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung 3. Kesiediaan Merekomendasi Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, (2014:101)	Skala Likert
2.	Kualitas Pelayanan	Media sosial secara umum diartikan sebagai segala jenis media yang hanya bisa diakses melalui internet dan berisikan foto, <u>teks</u> , <u>video</u> , serta suara. (Angelina, 2016)	1. Berwujud 2. Keandalan 3. Ketanggapan 4. Jaminan dan kepastian 5. Empati Lupiyoadi & Hamdani, (2014:216)	Skala Likert

Selanjutnya dilakukan teknik analisis data dengan uji instrumen serta uji normalitas dan dilakukan uji normalitas dan homogenitas serta uji hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas menggunakan SPSS versi 25 dengan hasil penelitian berikut ini:

1. Hasil Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas diberikan kepada 30 orang, dengan df 28 dengan $\alpha = 5\%$ dan diperoleh r tabelnya 0.361. kemudian diperoleh perbandingan nilai r hitung dan r dengan hasil berikut:

Tabel 2.
HasilPengujian ValiditasInstrumen

VariabelKualitasPelayananShopee(X1)			
Pernyataan	Rhitung	r _{tabel}	Validitas
P1	0,577	0,361	Valid
P2	0,702		
P3	0,746		
P4	0,483		
P5	0,579		
VariabelKepuasanPelangganShopee(X2)			
Pernyataan	Rhitung	r _{tabel}	Validitas
P1	0,934	0,361	Valid
P2	0,783		
P3	0,856		
VariabelKualitasPelayananTokopedia(X1)			
Pernyataan	Rhitung	r _{tabel}	Validitas
P1	0,890	0,361	Valid
P2	0,704		
P3	0,704		
P4	0,890		
P5	0,732		
VariabelKepuasanPelangganTokopedia (X2)			
P1	0,827	0,361	Valid
P2	0,794		
P3	0,611		

Sumber:dataprimmer, diolah(2022)

Tabel 2 di atas memperlihatkan bahwa seluruh instrumen memiliki nilai r hitung $>$ nilai r tabel, dan disimpulkan keseluruhan pernyataan setiap variabel valid.

2) UjiReliabilitas

Sugiyono berpendapat Sebuah faktor disebut handal apabila nilai *CronbachAlpha* diatas 0,6.Hasil uji ini dilampirkan dalam tabel 3 berikut:

Tabel 3
HasilPengujianReliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Konstanta	Reliabilitas
Kualitas Pelayanan Shopee(X1)	0.743	0,6	Reliable
Kepuasan Pelanggan Shopee(X2)	0.847	0,6	Reliable
Kualitas Pelayanan Tokopedia(X1)	0.801	0,6	Reliable
Kepuasan Pelanggan Tokopedia(X2)	0.799	0,6	Reliable

Sumber :dataprimera penelitian, diolah(2022)

Merujuk table diatas,seluruh variabel penelitian dinyatakan reliable karena nilai *CronbachAlphadiatas* 0.6.

2. Analisis Statistik Inferensial

Analisis ini berguna untuk menguji kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan antara shopee dengan tokopedia dengan menggunakan uji statistik yaitu tes “t”. Namun penggunaan tes “t” harus memenuhi dua persyaratan yakni homogenitas dan uji normalitas.

a. Kualitas Pelayanan

1) Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah varian dari populasi apakah memiliki kesamaan.

Tabel 4
Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Kualitas Pelayanan	Based on Mean	1.108	1	94	.036
	Based on Median	1.114	1	94	.047
	Based on Median and with adjusted df	1.114	1	93.948	.047
	Based on trimmed mean	1.166	1	94	.045

Merujuk Tabel 4 terlihat nilai probabilitas (Sig.) based on mean $0.036 < 0.05$, itu berarti data varians data mempunyai kesamaan (homogen). Kesimpulannya adalah berdasarkan uji normalitas dan homogenitas diketahui bahwa data tidak terdistribusi normal dan memiliki kesamaan varian (homogen).

Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah populasi yang digunakan sudah terdistribusi normal.

Tabel 5. Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kualitas Pelayanan Shopee	.137	48	.115	.950	48	.092
Kualitas Pelayanan Tokopedia	.154	48	.076	.945	48	.126

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan nilai probabilitas (Sig.) dengan tabel Shapiro-Wilk untuk kualitas pelayanan shopee yaitu $0.092 > 0.05$, yang artinya distribusi data normal. Pada hasil kualitas pelayanan tokopedia nilai probabilitas (Sig.) yang diperoleh yaitu $0.126 > 0.05$, yang berarti data berdistribusi normal.

a. Kepuasan Konsumen

1) Uji Homogenitas

Hasil pengujian ini dimuat pada tabel berikut:

Tabel 6. Uji Homogenitas
Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Kepuasan Pelanggan	Based on Mean	1.283	1	94	.045
	Based on Median	.132	1	94	.032
	Based on Median and with adjusted df	.132	1	86.678	.032
	Based on trimmed mean	1.068	1	94	.049

Merujuk Tabel 6 diperoleh nilai probabilitas (Sig.) based on mean diperoleh $0.045 < 0.05$, artinya terdapat kesamaan varians pada. Kesimpulannya adalah data memiliki kesamaan varians dan distribusinya tidak normal.

2) Hasil Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 7 Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kepuasan Pelanggan Shopee	.149	48	.092	.911	48	.127
Kepuasan Pelanggan Tokopedia	.160	48	.051	.951	48	.064

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh nilai probabilitas (Sig.) dengan tabel Shapiro-Wilk untuk kepuasan pelanggan shopee yaitu $0.127 > 0.05$, yang artinya data berdistribusi normal. Pada hasil kepuasan pelanggan tokopedia nilai probabilitas (Sig.) yang diperoleh yaitu $0.064 > 0.05$, yang artinya data berdistribusi normal.

PEMBAHASAN

Setelah melakukan uji hipotesis tahapan berikutnya adalah perbandingan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan antara shopee dengan tokopedia, mengkaitkan dengan berbagai penelitian sebelumnya dan ilmu manajemen. Penjelasan hasilnya sebagai berikut:

1. Perbedaan Kualitas Pelayanan Antara Pengguna Marketplace Shopee Dan Tokopedia Sesuai dengan hasil analisis hipotesis 1 dapat diketahui bahwa tidak dapat perbedaan antara kualitas pelayanan pada pengguna *marketplace* shopee dengan tokopedia, hasil dari penelitian ini tidak mendukung penelitian Eka Kristia Indrayanti (2020) hal tersebut menunjukkan terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara shopee dan Tokopedia. Walaupun penelitian ini merupakan penelitian terhadap ibu rumah tangga, namun hasilnya berbeda karena subjek penelitiannya berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menjadikan mahasiswa sebagai responden. Temuan penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan kualitas layanan antara Shopee dan Tokopedia. Hal ini terlihat dari responden, dimana rata-rata responden untuk item Kualitas pelayanan dari Shopee adalah 4.435 dan Kualitas pelayanan dari Tokopedia adalah 4.333. Tokopedia sama untuk waktu pengiriman, biaya pengiriman dan lainnya.

2. Perbedaan Kepuasan Konsumen Antara Pengguna Marketplace Shopee Dan Tokopedia

Berdasarkan hasil analisis Hipotesis 2, tidak terdapat perbedaan kepuasan konsumen antara pengguna *Marketplace*, Shopee dan Tokopedia, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Sakti, Bima Eka (2021). Hasil penelitian ini berbeda karena tidak ada perbedaan persepsi kepuasan yang dirasakan konsumen antara Shopee dan Tokopedia. Hal ini ditunjukkan dengan tanggapan responden antara kepuasan konsumen Shopee dan Tokopedia tidak ada perbedaan yang signifikan.

3. KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Komparasi Kepuasan Konsumen Pengguna *Marketplace* Tokopedia Dan Shopee Pada Ibu Rumah Tangga Kompleks Perumahan Inalum Tanjung Gading). Kesimpulan penelitian yaitu tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada pengguna *marketplace* Shopee dan Tokopedia dan tidak terdapat perbedaan kepuasan konsumen pada pengguna *marketplace* Shopee dan Tokopedia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Keterlibatan berbagai pihak sangat membantu peneliti menyelesaikan penelitian sesuai harapan sehingga ucapan terimakasih peneliti sampaikan terutama para responden responden yang bersedia meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner yang telah dibagikan.

REFERENSI

- Andika, H. and Hati, S. W. (2018) 'Analisis perbandingan kepuasan pelanggan antara minimarket indomaret dengan Alfamart di kota Batam', *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 6(2), pp. 119–134.
- Apriadi, D. and Saputra, A. Y. (2017) 'E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian', *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), pp. 131–136.
- Berry, L. L. (2016) 'Revisiting "big ideas in services marketing" 30 years later', *Journal of Services Marketing*. Fandy, T., Chandra, G. and Adriana, D. (2012) 'Pemasaran Strategik', Yogyakarta: Andi.
- Fandy, T. and Gregorius, C. (2011) 'Service, Quality dan Satisfaction', Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2016) 'Aplikasi Analisis Multivarietei Dengan Program IBM SPSS 23', Cetakan ke 8, Penerbit: Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hansemark, O. C. and Albinsson, M. (2004) 'Customer satisfaction and retention: the experiences of individual employees', *Managing Service Quality: An International Journal*.
- Lestari, D. C. (2020) Analisis Komparatif Tingkat Kualitas Layanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen antara Jasa Pengiriman Barang J&T Express dan JNE di Surabaya. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Lupiyoadi, R. and Hamdani, A. (2014) 'Manajemen Pemasaran jasa', Salemba Empat, Jakarta.
- Marco, R. and Ningrum, B. T. P. (2017) 'Analisis Sistem Informasi E-Marketplace Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan', *Data Manajemen dan Teknologi Informasi (DASI)*, 18(2), pp. 48–53.
- Mustafa, N. (2017) Studi Komparasi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kecamatan Mamajang Kota Makassar. Universitas Negeri Malang.
- Priansa, D. J. (2017) 'Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer', Bandung: Alfabeta.
- Putra, F. I. F. S. (2020) 'Analisis Komparasi Kepuasan Konsumen Yang Membeli Smartphone China Pada Gerai Resmi Dan Black Market', *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 21(2), pp. 79–87.
- Sugiyono (2015) 'Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)', Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto, P. (2018) 'Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi', Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2014) 'Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)', Penerbit: Andi, Yogyakarta.
- Yustiani, R. and Yunanto, R. (2017) 'Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi', *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), pp. 43–48.
- Zeithaml, V. A., M. J. Bitner, D. D. G. (2013) 'Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm', Mc. Graw-Hill, Boston.