

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Online BazarAja.com

Lilis Cucu Sumartini¹, Riskyawati²

^{1,2}Program Diploma III, Program Studi Manajemen Industri, Akademi Telekomunikasi Bogor, Jl. Bina Marga No. 17 Bogor Timur Kota Bogor, Jawa Barat, Indonesia

Corresponding Author: Lilis Cucu Sumartini, e-mail: liscucu80@gmail.com

Published Oktober, 2025

ABSTRAK

Toko BazarAja.com merupakan e-commerce yang baru didirikan sejak tahun 2023 dan sudah dirancang sejak tahun 2022. Toko BazarAja.com dapat diakses melalui web browser <https://bazaraja.com> dan baru digunakan dalam lingkup kampus Akademi Telekomunikasi dan Teknologi Bogor seperti dosen, mahasiswa dan staff. Penelitian ini membahas mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di BazarAja.com menggunakan google form dengan jumlah responden yaitu 50 responden mahasiswa yang telah mencoba dan menggunakan aplikasi BazarAja.com. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar (29%) pengguna tidak puas dengan pelayanan di BazarAja.com.

Kata Kunci: BazarAja.com, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis melalui media internet semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia. Tak bisa dipungkiri banyak masyarakat yang memilih mengembangkan bisnisnya dengan media elektronik bersifat online. Menjamurnya online shop membuka peluang usaha dalam berbagai bidang dan banyak diminati terutama dikalangan anak muda seperti mahasiswa sebagai konsumennya. Sehingga memudahkan mahasiswa dalam berbelanja melalui online shop yang lebih fleksible, simple dan mengurangi tingkat kewaspadaan dalam melakukan transaksi jual beli.

Salah satu bentuk e-business yang paling dikenal publik adalah kegiatan perdagangan secara elektronik atau e-commerce. E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufaktur (manufactures), service providers dan pedagang perantara (intermediaries) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (computer networks). yaitu internet.

Toko BazarAja.com merupakan e-commerce yang baru didirikan sejak tahun 2023 dan sudah dirancang sejak tahun 2022. Toko BazarAja.com dapat diakses melalui web browser <https://bazaraja.com> dan hanya digunakan dalam lingkup kampus Akademi Telekomunikasi dan Teknologi Bogor seperti dosen, mahasiswa, staff. Toko BazarAja.com memberikan berbagai penawaran menarik kepada konsumen seperti harga promo, diskon khusus, dan juga kemudahan transaksi dengan gratis ongkos kirim untuk area tertentu, serta garansi barang kembali jika tak sesuai. Agar toko BazarAja.com mampu menghasilkan mutu produk yang berkualitas maka harus menciptakan kualitas pelayanan yang baik sehingga konsumen tertarik berbelanja di toko BazarAja.com termasuk mahasiswa. Toko BazarAja.com merupakan situs belanja online yang baru

di kalangan mahasiswa/i Akademi Telekomunikasi Bogor Prodi Manajemen Industri Konsentrasi Manajemen Bisnis angkatan 2020.

Berdasarkan hasil survey awal penulis melakukan wawancara kepada 5 (lima) orang mahasiswa yang menggunakan situs belanja di toko online BazarAja.com: 1) Sarah Sabila (Mahasiswa Komunikasi) mengatakan bahwa tampilan pada toko sangat menarik dan harga yang sangat murah karena banyak promo yang tersedia dan mencoba memesan produk yang tersedia dan sangat puas karena produk yang dipesan sesuai dengan gambar; 2) Siti Nuranisa Anggraeni (Mahasiswa Manajemen Bisnis) mengatakan bahwa kebingungan dengan fitur checkout barang yang akan dipesan di toko BazarAja.com; 3) Uus Sutiadi (Mahasiswa Teknik Elektro) menyatakan bahwa kurang puas atas layanan toko BazarAja.com karena pilihan produk yang sedikit, login dan checkout pesanan loading sedangkan jaringan tidak ada masalah (stabil); 4) Agus Ganda Purnama S.H (Mahasiswa Teknik Otomotif) mengatakan bahwa ia tidak paham cara memesan di toko BazarAja.com; 5) Fitria Khoirunnisa (Mahasiswa Teknik Informatika) mengatakan bahwa kurang puas karena tidak ada fitur pencarian harga dari yang termurah ke yang termahal, tidak ada fitur search bar dan fitur Flash Sale.

Hasil wawancara di atas penulis mengasumsikan bahwa dari sebagian mahasiswa mengatakan puas dikarenakan fitur dan kualitas produk yang baik dan ada juga mahasiswa yang tidak puas dikarenakan layanannya yang tidak sesuai dengan harapan, sehingga adanya keraguan dalam berbelanja di toko BazarAja.com Pihak toko BazarAja.com sadar bahwa menumbuhkan minat berbelanja sangatlah sulit karena keinginan berbelanja adalah selera dari masing-masing pelanggan yang berbeda-beda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai kepuasan pengguna toko online terhadap kualitas pelayanan di toko BazarAja. Data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan Sugiyono (2019;13).

Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas pelayanan (X) artinya perbandingan antara persepsi konsumen atas pelayanan yang mereka dapatkan dengan layanan yang sesungguhnya, yang mereka harapkan dan inginkan. Indikator dari yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu Kepercayaan (*Trust*), Persepsi Harga (*Price Perception*), Kualitas Informasi (*Quality Information*), Kemudahan (*Easy of Use*) dan Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*).

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu Indikator kesesuaian harapan dalam memilih suatu produk, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.

Populasi dan Sampel

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang telah menggunakan toko online BazarAja.com di Akademi Teknologi dan Telekomunikasi Bogor dikarenakan mewakili seluruh populasi karena jika kurang dari 100 populasi, maka dijadikan sampel penelitian semuanya, oleh karena itu peneliti mengambil 50 sampel dengan responden yaitu mahasiswa Akademi Telekomunikasi dan Teknologi Bogor.

Tabel 1. Populasi

NO	DESKRIPSI POPULASI	JUMLAH SAMPEL	TOTAL
1.	Mahasiswa yang Sudah Menggunakan Aplikasi	52	
2.	Mahasiswa yang Belum Menggunakan Aplikasi	137	
	Total Mahasiswa	158	
	Total Sampel		106

Tabel 2. Responden Mahasiswa

NO	DESKRIPSI RESPONDEN	JUMLAH RESPONDEN	TOTAL
1.	Mahasiswa Aktif Akatelkom Bogor	64	
2.	Mahasiswa Aktif Akatek Bogor	94	
	Total Mahasiswa	158	50

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kuesioner dan Wawancara Penelitian

Pengumpulan data pada penelitian ini berupa data primer yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Pada penelitian ini yang menjadi respondennya adalah mahasiswa Akademi Telekomunikasi dan Teknologi Bogor yang berjumlah 158 mahasiswa aktif. Kuesioner berupa google form disebar melalui chat pribadi dan pada saat bertemu langsung dengan mahasiswa yang sedang mencoba aplikasi toko BazarAja.com. Hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Kuisisioner Hasil Penelitian

Keterangan	Total
Kuesioner yang dihasilkan	50
Kuesioner tidak lengkap	0
Kuesioner yang dapat dianalisis	50

Uji Reliabilitas

Menurut Jonathan Saworno (2015: 249) Jika korelasi Guttman Split-Half Coefficient $\geq 0,80$ maka instrument penelitian dinyatakan reliable, sebaliknya jika nilai Guttman Split-Half Coefficient $< 0,80$ maka instrument penelitian dinyatakan tidak reliable.

Berdasarkan table output “Reliability Statistic” diketahui nilai korelasi Guttman Split-Half Coefficient adalah sebesar $0,926 > 0,80$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa butir soal untuk variable Kualitas Pelayanan (X) dan $0,895 > 0,80$ untuk variable Kepuasan Pelanggan (Y), secara keseluruhan (gabungan) dinyatakan reliabel.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.959
		N of Items	13 ^a
	Part 2	Value	.941
		N of Items	12 ^b
		Total N of Items	
Correlation Between Forms			.880
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.936
	Unequal Length		.936
Guttman Split-Half Coefficient			.926

a. The items are: T.1, T.2, T.3, T.4, T.5, PP.1, PP.2, PP.3, PP.4, PP.5, QI.1, QI.2, QI.3.

b. The items are: QI.3, EU.1, EU.2, EU.3, EU.4, EU.5, EU.6, PD.1, PD.2, PD.3, PD.4, PD.5, PD.6.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.918
		N of Items	5 ^a
	Part 2	Value	.849
		N of Items	5 ^b
	Total N of Items		10
Correlation Between Forms			.845
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.916
	Unequal Length		.916
Guttman Split-Half Coefficient			.895

a. The items are: A.1, A.2, A.3, A.4, B.1.

b. The items are: B.2, B.3, C.1, C.2, C.3.

Uji Validitas

Berdasarkan perbandingan antara rhitung dengan rtabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir soal untuk variable kualitas pelayanan (X) dan variable kepuasan pelanggan (Y) adalah Valid.

Tabel 6. Uji Validitas Kualitas Pelayanan Variabel (X)

Item-Total Statistics					
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	<i>Keterangan</i>
T.1	98.40	198.367	.773	.971	Valid
T.2	98.44	197.476	.737	.972	Valid
T.3	98.38	197.179	.744	.972	Valid
T.4	98.40	197.265	.772	.971	Valid
T.5	98.42	197.024	.793	.971	Valid
PP.1	98.40	199.143	.764	.971	Valid
PP.2	98.48	202.010	.703	.972	Valid
PP.3	98.42	199.106	.845	.971	Valid
PP.4	98.46	197.886	.752	.971	Valid
PP.5	98.38	198.077	.870	.971	Valid
QI.1	98.46	197.315	.803	.971	Valid
QI.2	98.40	197.714	.866	.971	Valid
QI.3	98.30	200.500	.766	.971	Valid
EU.1	98.42	199.636	.783	.971	Valid
EU.2	98.42	194.779	.843	.971	Valid
EU.3	98.40	200.000	.820	.971	Valid
EU.4	98.38	198.118	.802	.971	Valid
EU.5	98.36	199.419	.758	.971	Valid
EU.6	98.40	199.265	.822	.971	Valid
PD.1	98.32	199.977	.805	.971	Valid
PD.2	98.38	203.016	.678	.972	Valid
PD.3	98.40	202.939	.662	.972	Valid
PD.4	98.30	206.990	.477	.973	Valid
PD.5	98.50	201.684	.603	.973	Valid
PD.6	98.38	201.465	.668	.972	Valid

$R_{tabel} = 0.284$

Tabel 7. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan Variabel (Y)

Item-Total Statistics					
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	<i>Keterangan</i>
A.1	37.32	28.508	.799	.927	Valid
A.2	37.26	27.176	.818	.926	Valid
A.3	37.18	29.130	.803	.927	Valid
A.4	37.16	27.851	.759	.930	Valid
B.1	37.26	29.298	.846	.925	Valid
B.2	37.18	27.947	.780	.928	Valid
B.3	37.10	30.173	.749	.930	Valid
C.1	37.04	31.876	.615	.935	Valid
C.2	37.04	31.427	.644	.934	Valid
C.3	36.98	30.632	.697	.932	Valid

$R_{tabel} = 0.284$

Interpretasi Hasil Uji Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil uji deskriptif dibawah, dapat digambarkan distribusi data yang dapat diolah peneliti adalah:

- 1) Variabel Kualitas Pelayanan (X), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 59 sedangkan nilai maksimum sebesar 125, nilai rata-rata Kualitas Pelayanan sebesar 102,5000 dan standar deviasi data Kualitas Pelayanan adalah 14,70284.

- 2) Variabel Kepuasan Pengguna (Y), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 21 sedangkan nilai maksimum sebesar 50, nilai rata-rata Kepuasan Pengguna sebesar 41,2800 dan standar deviasi data Kepuasan Pengguna adalah 6,00354.

Tabel 8. Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan Pengguna	50	21.00	50.00	41.2800	6.00354
Kualitas Pelayanan	50	59.00	125.00	102.5000	14.70284
Valid N (listwise)	50				

Sumber: Output SPSS 23, Data sekunder telah diolah

Uji Regresi dan Korelasi

Tabel 9. Tabel Korelasi
Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.915**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.915**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kesimpulannya dari tabel diatas adalah, Variabel X terhadap variabel Y memiliki korelasi dengan derajat hubungan yaitu korelasi sempurna dengan bentuk hubungan positif (+) = $x > y$.

Tabel 10. Tabel Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.989	2.463		1.214	.231
X	.374	.024	.915	15.699	.000

a. Dependent Variable: Y

Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,00 < 0,05$ dan $0,231 > 0,05$ maka variabel independen (X) berpengaruh signifikan pada variabel dependen (Y).

Upaya BazarAja.com

Upaya yang telah dilakukan oleh BazarAja.com untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Memperkenalkan BazarAja.com kepada seluruh mahasiswa Akademi Telekomunikasi dan Teknologi Bogor agar BazarAja.com dapat digunakan oleh seluruh mahasiswa sehingga dapat beroperasi secara sempurna.
2. Informasi yang disajikan mewakili produk yang ditawarkan sehingga pelanggan jelas dapat melihat produk secara utuh.
3. Memberikan diskon atau flashsale untuk menarik perhatian pelanggan.

Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan

Data hasil kuesioner menunjukkan bahwa dalam aspek kepuasan pelanggan ter-rendah yaitu tidak puas dengan nilai rata-rata sebesar 2,59. Hal ini akibat tidak adanya transparansi terhadap pengiriman produk telah dikirim. Hasil tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan mahasiswa, mahasiswa NA yang menyatakan bahwa:

“Setelah checkout tidak ada Riwayat Pengiriman, bingung paket udah sampai mana”
(Wawancara: 2 Agustus 2023)

Tabel 11. Kesesuaian Harapan Dalam Memilih Produk

No. Item	Jumlah Score	Rata-Rata	Keterangan
A1	198	3,96	Puas
A2	201	4,02	Puas
A3	205	2,59	Tidak Puas
A4	206	4,12	Puas



Gambar 1. Diagram Kesesuaian Harapan Dalam Memilih Produk

Tabel 12. Minat Berkunjung Kembali

No. Item	Jumlah Score	Rata-Rata	Keterangan
B1	201	3,40	Cukup Puas
B2	205	4,02	Puas
B3	209	4,18	Puas



Gambar 2. Diagram Minat Berkunjung Kembali

Data hasil kuesioner menunjukkan bahwa dalam aspek Minat Berkunjung Kembali yaitu cukup puas dengan nilai rata-rata sebesar 3,40. Hal ini disebabkan karena seluruh mahasiswa belum mengetahui adanya aplikasi BazarAja.com Hasil tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan mahasiswa, mahasiswa NA yang menyatakan bahwa:

“Saya kurang memahami aplikasi BazarAja tapi saya sudah mencobanya”

(Wawancara: 4 Agustus 2023)

Tabel 13. Ketersediaan Merekomendasikan

No. Item	Jumlah Score	Rata-Rata	Keterangan
1C	207	2,75	Cukup Puas
2C	212	4,24	Sangat Puas
3C	215	4,30	Sangat Puas



Gambar 3. Diagram Ketersediaan Merekomendasikan

Data hasil kuesioner menunjukkan bahwa dalam aspek rekomendasi, kepuasan pelanggan merekomendasikan toko BazarAja terendah yaitu cukup puas dengan nilai rata-rata sebesar 2,75. Hal ini karena kurangnya memperkenalkan aplikasi BazarAja kepada seluruh mahasiswa Akademi Telekomunikasi dan Teknologi Bogor. Hasil tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan mahasiswa, mahasiswa NA yang menyatakan bahwa:

"Harusnya ada panduan pada aplikasi BazarAja.com"

(Wawancara: 3 Agustus 2023)

KESIMPULAN

Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan perlu dilakukan secara berkala untuk mengevaluasi serta meningkatkan pelayanan di BazarAja.com. Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

- Hasil kepuasan pelanggan dalam memilih produk mengalami penurunan karena memiliki nilai rata 2,59 yaitu tidak puas atau masih belum optimal dengan sebagian besar (29%) tidak puas dengan BazarAja.com
- Faktor utama penurunan kepuasan pelanggan adalah kurang nya kepercayaan pelanggan dalam memilih produk dan berbelanja di BazarAja.com karena belum ada nya review atau testimoni pada produk dari berbagai toko.
- BazarAja.com telah mengupayakan peningkatan kepuasan pelanggan, namun membutuhkan waktu untuk menerapkannya pada system *e-commerce* BazarAja.com

SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini maka peneliti memberikan masukan berupa saran sebagai berikut:

- Menambahkan *flashsale* atau diskon bagi pelanggan terutama pelanggan terutama pelanggan baru.
- Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menarik perhatian konsumen diperlukan testimoni dari pembeli kepada toko dan memberikan *review* pada produk yang dijual.
- Menambah berbagai macam produk dan gambar produk yang menarik perhatian dan mengembangkan fitur-fitur di BazarAja.com

DAFTAR PUSTAKA

- Evayanti, Desi, S. A. 2020. "Olah Data SPSS". <https://www.analisadataku.com/>, diakses pada 4 September 2023 pukul 01.20.
- Krisnan. 2021. "Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan di e-commerce menurut para ahli". <https://www.gramedia.com/>, diakses pada 4 September 2023 pukul 00.23.
- Nasution, Julia Ramadani. 2020. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada"
- Permana, Ibar Adi. 2021. "Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Shopee)"
- Rival, Veithzal dan Fawzi AMB. 2018. *Performance Appraisal*. Cetakan 5. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suwardi. 2011. Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pengembangan Humaniora*. Volume 11 edisi 1.
- Winahyuningsih, Panca, 2010. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Griptha Kudus. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muria*. Hal 1-17.