

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia)**

Nova Lorenzi  
Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Advent Indonesia, Bandung  
Jl. Kolonel Masturi No.288, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559, Indonesia  
[1931020@unai.edu](mailto:1931020@unai.edu)

Lorina Siregar Sudjiman  
Fakultas Ekonomi, Universitas Advent Indonesia, Bandung  
Jl. Kolonel Masturi No.288, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559, Indonesia  
[lorina.sudjiman@unai.edu](mailto:lorina.sudjiman@unai.edu)

### **Article's History:**

*Received* 23 Februari 2023; *Received in revised form* 5 Maret 2023; *Accepted* 7 Maret 2023; *Published* 1 April 2023. All rights reserved to the Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET).

### **Suggested Citation:**

Lorenzi, N & Sudjiman, L. S. (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia)". JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 9 (2), 303-311. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i2.1033>

### **Abstrak:**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express baik secara parsial maupun secara simultan. Populasi dalam penelitian ini menggunakan studi kasus pada mahasiswa Universitas Advent Indonesia sebanyak 120 responden. Teknik dilakukan dalam penelitian ini yaitu pengumpulan data primer melalui kuesioner online yang disebarakan menggunakan google form dan pengolahan data ini menggunakan SPSS 25. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis Statistik Deskriptif, Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji T dan Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa hasil dari uji t dan uji f yang secara parsial dan simultan menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express.

**Keywords :** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

## **PENDAHULUAN**

Di zaman yang semakin maju bisnis berkembang sangat pesat, baik itu bisnis jasa maupun non jasa. Pemasaran sendiri memiliki arti sebagai tindakan yang dilaksanakan perusahaan untuk menarik minat orang lain dalam melakukan jual beli. Ini adalah proses sederhana yang dapat dilakukan di mana saja, toko online siap mengirimkannya barang yang dipesan. Perusahaan-perusahaan ini menyediakan layanan logistik atau pengiriman kepada konsumen. Demi mempertahankan kelangsungan persaingan bisnis yang sangat ketat dimana perusahaan harus menanamkan kepuasan pelanggan, karena tujuan bisnis adalah menciptakan rasa puas bagi pelanggan.

Kepuasan pelanggan Merupakan respon konsumen akan barang atau jasa itu sendiri yang dapat melengkapi kebutuhan dan harapan pemakai (Richard Oliver dalam Zeithaml., et al., 2018). Dalam hal ini, kepuasan pelanggan juga berkaitan dengan penggunaan jasa tersebut. Dalam jasa ekspedisi, jasa utilitas, jasa infrastruktur dan beberapa jasa lainnya yang berkaitan dengan kegiatan bisnis. Kualitas layanan yang unggul dan konsisten meningkatkan kepuasan pelanggan dan fokus yang lebih besar pada pelanggan. Ini akan berdampak positif pada keberhasilan perusahaan tergantung pada kesetiaan pelanggannya. Menurut Kotler

(2019) menjelaskan bahwa “kualitas layanan adalah sejauh mana suatu layanan dirasakan oleh konsumen sebagai kualitas yang diharapkan”. Pelayanan yang dimaksud sebagai bentuk bantuan atau layanan yang dilakukan oleh owner servis yang berbentuk keringanan, kecekatan, interaksi, kemahiran dan keramahan dapat membuktikan melalui perilaku atau karakter saat melakukan bantuan kepada konsumen untuk mendapatkan kesenangan pada pelanggan.

Seperti yang terjadi pada Shopee express yang mengalami banyak komplain dari konsumen dan penjual juga banjir dengan Bintang 1 dari konsumen dikarenakan konsumen kecewa terhadap pengiriman Shopee Express yang sangat lambat. Dilansir dari media konsumen (2022) oleh Anton Rusli pada 14 Desember 2022 menyatakan bahwa saya beli beberapa barang di Shopee dan dapat dipantau oleh kita melalui aplikasi Shopee, sudah dikirim atau belumnya produk yang kita pesan. Tapi kali ini produk pesanan saya dari tanggal 15-17 tertulis sedang dikirim ke alamat tujuan pada pagi sampai sore hari. Dan setiap sore hari sekitar pukul 17.20-an selalu berubah menjadi pesanan Anda gagal kirim karena waktu pengiriman tidak cukup. Selama 3 hari berturut-turut begitu terus. Setiap saya hub cs Shopee selalu dibilang ditunggu sampai hingga pukul 19.00 bila tidak terkirim juga bisa hubungi CS lagi. Shopee dan Shopee Express tidak punya tanggung jawab sama sekali. Adapun kasus mengenai jasa pengiriman Shopee Express yang sangat lambat yang mengakibatkan konsumen kecewa, konsumen tidak merasa puas atas jasa yang mereka sediakan maka harus dilaksanakan observasi lebih lanjut tentang bagian-bagian apa yang dapat berdampak kesenangan pelanggan. Berdasarkan narasi tersebut, peneliti tertarik untuk menyelidiki subjek yang bertema “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan yang bagus Penting dalam menjaga kepuasan dikalangan pelanggan, karena layanan diberikan dengan kualitas yang baik dapat menarik perhatian pada masyarakat. Menurut Abdullah dan Tantri (2019) menyatakan bahwa “Kualitas Pelayanan merupakan suatu sistem yang melibatkan seluruh unit organisasi atau unit kerja, mulai dari pimpinan hingga karyawan, guna memenuhi kebutuhan yang diinginkan konsumen”. Sedangkan Menurut Suryani (2017, hlm.91) menjelaskan bahwa “Kualitas pelayanan merupakan sejauh mana suatu layanan dirasakan oleh konsumen sebagai kualitas yang diinginkan”. Jika layanan yang didapatkan setara ataupun melebihi keinginan, maka mutu jasa dianggap memuaskan. Kebahagiaan dapat tercipta dari menginspirasi klien untuk melakukan pembelian tambahan serta mengantisipasi sebagai pelanggan tetap. Adapun indikator Kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi & Hamdani dalam Indrasari (2019:63) yaitu bukti langsung (Tangibles), keadaan (Reliability), responsivitas (Responsiveness), kejaminan (Assurance), empati (Empathy).

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan sebagai pengukur bagi perusahaan untuk dapatkan tanggapan positif atau bahkan negatif dari konsumen. bila pelanggan senang, maka poin yang diberikan terhadap barang atau layanan tersebut sangat besar dan menjadi klien yang loyal. Di dukung oleh Fatihudin & Firmansyah (2019:210) “Kepuasan Konsumen merupakan perbedaan terhadap keinginan dan persepsi (persepsi/penerimaan) terhadap pengalaman”. Sedangkan Menurut Khumaini (2022), “Kepuasan pelanggan merupakan pikiran gembira atau kesal yang dialami seseorang setelah membandingkan kinerja dengan ekspektasi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan”. Adapun Indikator kepuasan pelanggan diantaranya terdapat Kepuasan pelanggan keseluruhan (overall Customer Satisfaction), Dimensi kepuasan pelanggan, Konfirmasi harapan, Minat pembelian ulang, Kesiapan untuk merekomendasikan, Ketidakpuasan pelanggan (Tjiptono, 2011,453-454).

### Hipotesis

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pelayanan yang berkualitas berlaku penting dalam membangun kepuasan konsumen, makin berkualitasnya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dialami oleh pelanggan akan semakin tinggi. Menurut Lupiyoadi dari Indrasari (2019:62) “Kualitas pelayanan merupakan perbandingan akan impian dan hasil yang diterima klien”. Keahlian perusahaan untuk mencapai kualitas pelayanan seperti yang

diharapkan secara tepat dan meyakinkan. Kinerja mesti setara atas impian. Layanan yang sama dan tepat waktu untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang baik dan pengutaraan informasi yang akurat. Mutu yang baik akan menanamkan kesan yang baik di masyarakat yang akan berujung pada memuaskan pelanggan. Tanggapan atas pertanyaan diatas disokong oleh hasil pembahasan yang dilaksanakan oleh Isyanto dan Wijayanti (2022) Hasil penelitian tersebut membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Di Masa Pandemi Covid-19. Lalu didukung juga dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Rahman & Hendarwan (2023) Keputusan pembahasan ini meyakinkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Soul Korean Restaurant di Palembang. Namun hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Andalusi (2018) menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan instrumentasi penunjang laboratorium PT Laborindo Sarana. Kepuasan pelanggan merupakan suatu bentuk untuk menentukan seberapa senangnya atau puasnya konsumen terhadap produk atau layanan yang dibagikan perusahaan dalam menepati harapan pada pelanggan. Tjiptono (2019) "Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan yang dihasilkan sesudah menggabungkan keahlian dengan harapan, dan percaya bahwa kepuasan pelanggan adalah kenyamanan atau ketidaknyamanan individu dengan produk yang dibeli atau layanan yang digunakan". Selain itu, aspek yang mempengaruhi kesuksesan perusahaan adalah cara perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Pemakai produk dan penyedia layanan yang disenangi lebih cenderung membeli produk yang mereka butuhkan kemudian, dan menggunakan layanan yang mereka pilih. Hal ini mengandung arti bahwa kepuasan konsumen merupakan hal yang terpenting untuk mengulang kembali pembelian, hal ini merupakan mayoritas pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan.

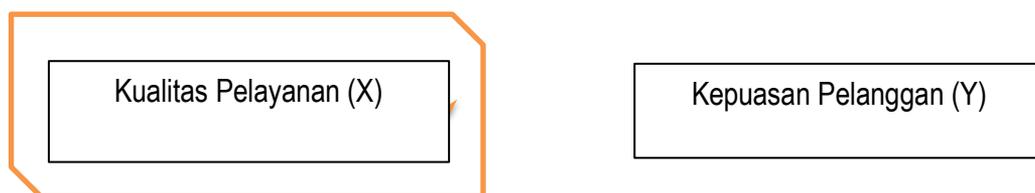
H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

### Kerangka Pemikiran`

Kualitas Pelayanan menggambarkan aspek penting bagi perusahaan agar perusahaan dapat terus berdiri dan berkembang. Kualitas pelayanan merupakan landasan yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang memuaskan pelanggan pada layanan yang dibagikan. Semakin baik Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka makin tingginya tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Seperti yang kita ketahui Sebelumnya tingkat Kepuasan pelanggan dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan keuntungan bagi yang besar pada perusahaan.

Oleh karena itu berdasarkan pada penjelasan dalam teori terkait kemudian penjelasan penelitian sebelumnya dan juga hubungan variabel yang sudah diterangkan sebelumnya maka karangan penelitian variabel Kualitas Pelayanan (X), dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) digambarkan berikut ini :

Gambar 1 : Kerangka pemikiran



## METODE PENELITIAN

### Jenis dan Sumber Data

Pembahasan ini memakai pengkajian deskriptif kuantitatif dan jenis data yang dipakai adalah data primer ialah lewat kuesioner yang diberikan pada mahasiswa Universitas Advent Indonesia Bandung. Kuesioner yang disebar digunakan untuk memperoleh hasil data kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.

### Populasi dan Sample

Komunitas Merupakan jumlah subjek yang dipilih untuk diteliti. Subyek harus sesuai dengan kriteria dan topik penelitian, dan juga harus sesuai dengan topik penelitian. Sugiyono (2018:130) menyatakan populasi sebagai Daerah tertentu yang mencakup objek atau topik juga keunggulan dan ciri tertentu yang telah ditetapkan oleh pengkaji agar diteliti dan akan ditarik kesimpulan. Dari pertanyaan dan keterangan observasi yang dilakukan maka komunitas dalam pembahasan ini yaitu Mahasiswa Universitas Advent Indonesia berjumlah 120 responden.

### Teknik Pengumpulan Data

Pada observasi ini menentukan cara mengumpulkan data lewat kuesioner yang dilakukan secara online yang menggunakan google form yang disebar pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia cara penyebaran kuesionernya melalui Whatsapp. Kemudian hasil responden yang diperoleh oleh penulis melalui Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)25.

### Teknik Analisis Data

Teknik proses kajian data, penulis menetapkan beberapa teknik ulasan data yang umum pada jenis data primer yaitu, Statistical Deskriptif, Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji T dan F, Uji koefisien Determinasi.

### Operasional Variabel

#### Variabel Dependen (Y)

Fleksibel dependen yang dipakai pada pembahasan ini adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai suatu kondisi, khususnya keinginan pengguna atas suatu pelayanan yang sepadan serta pengalaman nyata atas pelayanan yang mereka terima.

#### Variabel Independen (X)

Fleksibel independen yang dipakai dalam pembahasan ini adalah Kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan sejauh mana layanan memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen.

## HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

### Statistik Deskriptif

**Tabel 1. Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	120	18	50	40.12	6.332
Kepuasan Pelanggan	120	11	50	38.79	7.508
Valid N (listwise)	120				

Statistik deskriptif dapat dianggap sebagai metode statistik yang mendeskripsikan data dari nilai minimum, maksimum atau rata-rata, menganalisis data sebenarnya tanpa membuat abstraksi.

Dapat dilihat Tabel 1 diatas, diartikan bahwa Kualitas Pelayanan memperoleh nilai minimum sebesar 18 dan maksimum sebesar 50, terdapat juga nilai mean mencapai sebesar 40,12 dengan standar deviasi 6,332. Dan Kepuasan pelanggan memperoleh nilai minimum sebanyak 11 sedangkan nilai maksimum sebesar 50, serta nilai mean mencapai sebanyak 38,79 dengan standar deviasi 7,508.

### Uji Validitas

**Tabel 2. Uji Validasi Kualitas Pelayanan**

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	Kualitas Pelayanan
X1	Pearson Correlation	1	.678**	.613**	.539**	.469**	.418**	.588**	.538**	.443**	.615**	.795**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2	Pearson Correlation	.678**	1	.586**	.551**	.457**	.493**	.574**	.571**	.362**	.379**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3	Pearson Correlation	.613**	.586**	1	.594**	.595**	.541**	.515**	.472**	.445**	.434**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X4	Pearson Correlation	.539**	.551**	.594**	1	.508**	.460**	.541**	.537**	.388**	.464**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X5	Pearson Correlation	.469**	.457**	.595**	.508**	1	.476**	.427**	.372**	.429**	.358**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X6	Pearson Correlation	.418**	.493**	.541**	.460**	.476**	1	.468**	.403**	.501**	.512**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X7	Pearson Correlation	.588**	.574**	.515**	.541**	.427**	.468**	1	.620**	.410**	.437**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X8	Pearson Correlation	.538**	.571**	.472**	.537**	.372**	.403**	.620**	1	.543**	.424**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X9	Pearson Correlation	.443**	.362**	.445**	.388**	.429**	.501**	.410**	.543**	1	.516**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X10	Pearson Correlation	.615**	.379**	.434**	.464**	.358**	.512**	.437**	.424**	.516**	1	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.795**	.760**	.785**	.753**	.695**	.714**	.756**	.743**	.686**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Kepuasan Pelanggan
Y1	Pearson Correlation	1	.739**	.547**	.640**	.746**	.656**	.700**	.665**	.698**	.653**	.836**
	Sig (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y2	Pearson Correlation	.739**	1	.642**	.640**	.675**	.659**	.752**	.669**	.618**	.600**	.835**
	Sig (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y3	Pearson Correlation	.547**	.642**	1	.737**	.544**	.487**	.608**	.702**	.646**	.605**	.795**
	Sig (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y4	Pearson Correlation	.640**	.640**	.737**	1	.664**	.587**	.642**	.774**	.691**	.713**	.858**
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y5	Pearson Correlation	.746**	.675**	.544**	.664**	1	.682**	.684**	.704**	.651**	.711**	.843**
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

Y6	Pearson Correlation	.656**	.659**	.487**	.587**	.682**	1	.720**	.557**	.617**	.583**	.777**
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y7	Pearson Correlation	.700**	.752**	.608**	.642**	.684**	.720**	1	.688**	.624**	.599**	.838**
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y8	Pearson Correlation	.665**	.669**	.702**	.774**	.704**	.557**	.688**	1	.749**	.679**	.865**
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y9	Pearson Correlation	.698**	.618**	.646**	.691**	.651**	.617**	.624**	.749**	1	.783**	.850**
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y10	Pearson Correlation	.653**	.600**	.605**	.713**	.711**	.583**	.599**	.679**	.783**	1	.835**
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.836**	.835**	.795**	.858**	.843**	.777**	.838**	.865**	.850**	.835**	1
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

Uji ini melibatkan banyak fenomena yang akan diukur atau jumlah informasi yang terkait dengan hasil yang diinginkan. Pemeriksaan ini mencoba untuk mengamati bagaimana variabel digunakan dalam penelitian

dan jika penelitian itu valid, hasilnya harus jelas sesuai dengan apa yang ingin diukur. Suatu pembahasan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  dapat dikatakan valid melainkan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak valid. Berlandaskan tabel 2 dan 3 tertera dapat dilihat bahwa masing masing indikatornya memiliki nilai signifikansi  $>$  dari  $0,05$  yaitu  $0,000$  maka dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Standard Crobech Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.906	10	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.950	10		Reliabel

Reliabilitas suatu keakuratan pengukuran, dan biasanya diukur untuk menentukan seberapa konsisten hasil penelitian ketika diulang. Semakin besar tingkat reliabilitas maka semakin akurat penelitian tersebut. Indikator reliabilitas merupakan nilai Cronbach Alpha yang biasanya instrumen penelitian umum yang digunakan dan dianggap reliabel bila nilainya lebih besar dari  $0,6$ . Berlandaskan Tabel 4, nilai Cronbach Alpha variabel Kualitas Pelayanan sebanyak  $0,906$  dan jumlah pertanyaan  $10$  dan variabel Kepuasan Pelanggan sejumlah  $0,950$  serta total pertanyaan  $10$ , nilai Cronbach Alpha kedua variabel lebih besar dari standar sebesar  $0,6$ . Angka ini mampu menunjukkan hingga variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dapat diandalkan.

### Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.475	2.628		0.181	0.857
	Kualitas	0.955	0.065	0.805	14.759	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

uji parsial yang dimaksudkan disini akan menilai akibat masing-masing variabel independen pada variabel dependen secara individual. Prosedur ini dilakukan lewat menghitung antara angka thitung  $<$  ttabel  $0,05$  maka hipotesis diterima melainkan jika total t hitung  $>$  t tabel  $0,05$  hingga hipotesis ditolak. Dinyatakan pada tabel 5 dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai  $0.000 < 0,05$  maka adanya dampak yang signifikan

**Uji F**

**Tabel 6. ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4350.813	1	4350.813	217.820	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2356.978	118	19.974		
	Total	6707.792	119			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Uji simultan merupakan prosedur yang mengukur perbedaan variasi antara dua kelompok atau lebih. Dalam prosedur ini digunakan istilah Fhitung, yaitu nilai F hasil analisis, nilai ini akan dibandingkan dengan f tabel. Dinyatakan nilai sig.  $0.000 < 0.05$  dan total t hitung senilai 217.820, maka dimana adanya dampak yang signifikan oleh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan.

**Uji Koefisien Determinasi**

**Tabel 7. Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 <sup>a</sup>	0.649	0.646	4.469

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan  
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji R<sup>2</sup> merupakan angka yang menerangkan seberapa besar variasi variabel bebas (X) dijelaskan oleh variabel terikat (Y). total koefisien determinasi dari R kuadrat. Angka ini dianggap menguntungkan, jika lebih besar dari 0,5 karena nilai angka ini adalah 0 dan 1. Pada tabel diatas menunjukkan adanya kaitan yang kuat antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan yang dapat dilihat pada nilai R<sup>2</sup> yaitu 0.649. Jadi adanya hal ini berarti partisipasinya sebesar 64.9 % sisanya 35.1% yang berdampak pada Komponen lain yang bukan dikaji pada observasi ini.

**KESIMPULAN**

Pembahasan ini bermaksud agar melihat pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan Shopee Express. Oleh karena itu keputusan dari pembahasan yang sudah dilaksanakan maka penulis menarik beberapa kesimpulan dari penelitian. Pada Uji t atau parsial dimana variabel Kualitas Pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y), nilai yang didapat yaitu  $0.000 < 0.05$  dan total thitung sebesar 14.759, maka Kualitas Pelayanan meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Sedangkan pada Uji simultan (Uji F) dimana variabel Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan berdampak signifikan positif. Nilai yang di dapat sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai fhitung 217.820 yang membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan sangat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

**REFERENSI**

Adriano, F. F., & Wardhana, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Eco Racing Pada Perusahaan Pt. Bandung Eco Sinergi Teknologi (best). E-Proceeding of Management, 8(6), 8682–8689.

- <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17096%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17096/16808>
- Aisyah, R. S., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe's Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(2), 168–179.
- Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi kasus Pada PT Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Madani*, 1(2), 305–322.
- Hasibuan, R. M., Harahap, F., & Lubis, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, 4(3), 175–182.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Isyanto, P., & Wijayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pada Masa Pandemi COVID-19. *Owner*, 6(2), 2101–2111. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.818>
- Mahira, Prasetyo, H., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. . (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa SEA Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA*, 10(4), 44–51.
- Ningsih, K., & Suyanto, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Swalayan Shinta Reza (PT. Monza Retro) Kabupaten Bangkalan. *E-Jurnal UNTAG-SBY*.
- Rahman, A., & Hendrawan, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Seoul Korean Restaurant Di Palembang. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 15–29. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v1i4.540>
- Rustami, N. A., & Kurniatun, T. C. (n.d.). Pengaruh kualitas jasa pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa di universitas pendidikan indonesia. *Jurnal ADPEND*, 42–52.
- Siregar, S. G. S., Lubis, A. S., & Siregar, H. (2020). Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Kampung Baru Medan). *Prosiding Seminar Hasil Penelitian 2019*, X, 226–233.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Burda, A., Darmawan, A., & Nur Klarisah, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sekolah Olahraga Bina Sehat Bekasi). *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Zikri Ahmad, & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.