

**PENGARUH KUALITAS BARANG, PELAYANAN, KECEPATAN
WAKTU KIRIM, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PADA
APLIKASI *SHOPEE* (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

MANAJEMEN



OLEH :

AISAH BUGIS

NIM : 2019120257

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2023**

RINGKASAN

Shopee adalah aplikasi untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat. Kualitas barang adalah salah satu elemen yang mempengaruhi pilihan pelanggan saat membeli. Apakah kualitas produk, pelayanan, dan ketepatan waktu pengiriman berdampak pada pilihan pembelian pada aplikasi *Shopee* menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengevaluasi bagaimana pilihan pembeli pada aplikasi *Shopee* dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan untuk barang dan ketepatan waktu pengiriman. Penelitian ini memiliki dua keunggulan: keunggulan akademik dan keunggulan terapan. Analisis regresi linier berganda digunakan dalam makalah ini. Penelitian kuantitatif adalah jenis yang digunakan. Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang menjadi tempat penelitian. Demografi penelitian ini adalah mahasiswa manajemen angkatan 2019 yang menggunakan aplikasi *Shopee* untuk melakukan pembelian. Pendekatan sampling menggunakan probability sampling. Observasi, kuesioner, dokumentasi, dan wawancara adalah semua jenis teknik pengumpulan data. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan pada variabel kualitas barang (X1), pelayanan (X2), variabel kecepatan waktu kirim (X3), berpengaruh terhadap keputusan pembeli (Y). Hal ini ditunjukkan dengan terlebih dahulu menguji nilai signifikan pada tabel koefisien yang didukung dengan besarnya hasil uji-t. Akibatnya, dimungkinkan untuk mempengaruhi penilaian konsumen terhadap aplikasi toko jika kualitas barang, layanan, dan waktu pengiriman yang diterapkan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pilihan pembeli mahasiswa manajemen 2019 secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh kualitas produk, pelayanan, dan kecepatan pengiriman.

Kata kunci: kualitas barang, pelayanan, kecepatan waktu kirim, aplikasi *Shopee*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sistem perdagangan telah berubah secara signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam perkembangan saat ini banyak macam modifikasi yang semakin trend dalam sistem pemasaran. Magfira. (2019) menjelaskan Dahulu, untuk membeli suatu produk atau barang diperlukan pertemuan tatap muka antara pembeli dan penjual agar kedua belah pihak dapat mencapai kesepakatan. Saat itu, kedua belah pihak dikenal sebagai penjual dan pembeli, dan transaksi dianggap selesai.

Dengan kata lain jarak antara penjual dan pembeli sangat kecil, namun dengan kemajuan teknologi khususnya di bidang internet, segala hambatan jarak, waktu, dan biaya dapat diatasi dengan sangat cepat. Media sosial merupakan salah satu jenis penerapan kemajuan teknologi untuk mendorong kemajuan bisnis (Gunawan, 2022). Menurut pernyataan tersebut, mengingat penekanan pada masyarakat (konsumen), ada banyak persaingan dalam dunia perdagangan saat ini dalam hal penjualan barang atau jasa, dan taktik pemasaran memainkan peran penting dalam sektor bisnis. Untuk menarik pelanggan, bisnis harus bereaksi lebih cepat karena persaingan yang ketat di pasar, terutama dari bisnis pesaing (Gunawan, 2022).

Teknologi internet saat ini menjadi topik hangat, terutama bagi pemilik bisnis yang ingin mengiklankan produknya dan menjualnya dengan lebih mudah kepada konsumen. Akibatnya, masyarakat mulai mengadopsi gaya hidup modern, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga kebutuhan akan pakaian yang menarik. Dengan internet, bisnis dan individu dapat beroperasi dengan cepat, sederhana, dan efektif. Dengan mendirikan toko online, pemasaran dan komunikasi dapat difasilitasi bahkan ketika para pihak tersebar di berbagai wilayah geografis. Berdasarkan penelitian Gunawan, 2016. mengklaim bahwa sebagai hasil dari kemajuan teknologi, pelanggan tidak lagi memiliki mentalitas untuk membeli barang atau jasa yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, tetapi mereka sekarang mempertimbangkan bentuk dan harga produk berkualitas tinggi. Bahan input berkualitas tinggi juga dapat memberikan output berkualitas tinggi (Gunawan, 2022)

Pembelian online semakin umum akhir-akhir ini, terutama karena ada begitu banyak pasar online yang bagus dan beragam. Saat ini banyak masyarakat Indonesia yang memanfaatkan situs belanja online seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan masih banyak lagi. Jika dibandingkan dengan platform online, website, dan metode internet lainnya, lokasi ini dinilai paling aman untuk jual beli. Karena sistem pembayaran dioperasikan sesuai dengan peraturan yang dijalankan oleh pengelola fasilitas, keamanan transaksi dapat terjamin. olx, tokopedia, bukalapak.com, lazada, dan yang terbaru telah hadir salah satu online shopee yang pertama kali membuat strategi gratis ongkos kirim ke seluruh indonesia yaitu contoh dari sekian banyak program bisnis online yang ada

(Nuvariz, 2020). menyatakan bahwa semakin banyak masyarakat dari kalangan menengah yang mengerti dan teredukasi tentang perdagangan melalui internet sehingga perusahaan e-commerce berpeluang besar untuk berkembang pesat di

Cara sederhana dan cepat untuk membeli dan menjual barang di perangkat seluler, Shopee memungkinkan pengguna berbagi apa saja mulai dari barang trendi hingga kebutuhan sehari-hari. Untuk membuat pembelian online lebih nyaman, Shopee tersedia sebagai aplikasi seluler. Ini menghilangkan kebutuhan untuk meluncurkan situs web di perangkat komputer. Shopee hadir di Indonesia untuk memberikan pengalaman berbelanja yang baru kepada pembeli. Shopee memudahkan penjual untuk menjual barang, dan memberi pelanggan akses ke layanan logistik terintegrasi dan metode pembayaran yang aman dan dapat diandalkan.

Kualitas barang adalah salah satu elemen yang mempengaruhi pilihan pelanggan saat membeli. Perusahaan harus memperhatikan mutu produk yang dihasilkannya karena dengan menaikkan mutu produk tersebut maka reputasi perusahaan akan naik dan akan memperoleh nama baik di mata pelanggannya. Namun, hal ini tidak menutup kemungkinan produk tersebut akan dijual dalam skala global. Setyanerum (2019) mengklaim bahwa berbagai variabel, termasuk kualitas produk, layanan pelanggan, harga, dan lain-lain, mempengaruhi pilihan pelanggan untuk membeli kembali produk dari suatu perusahaan.

Kualitas produk yang ditawarkan oleh figur online biasanya dijelaskan dalam katalog. Keterangan gambar pada katalog biasanya menjelaskan bahan

yang digunakan dan tertera di bawah gambar, namun banyak juga gambar katalog yang tidak sesuai dengan barang yang diterima pembeli. Banyak customer yang komplain karena barang yang dipesan tidak sesuai dengan permintaan, sehingga ada beberapa customer yang ingin berbelanja di figure langsung agar customer bisa melihat produknya. Setiap bisnis atau orang ingin memenuhi tuntutan pelanggan mereka. Memenuhi keinginan pelanggan dapat membantu bisnis bersaing lebih baik di pasar, selain menjadi penting untuk kelangsungan hidupnya. Ketika pelanggan senang dengan barang dan jasa, mereka sering membeli barang tersebut dan menggunakan jasa tersebut lagi ketika kebutuhan serupa muncul di masa depan. Hal ini penting karena kepuasan pelanggan, yang menyumbang sebagian besar volume penjualan bisnis, merupakan komponen penting dalam mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian berulang (Gunawan, 2016).

Peneliti memilih untuk memanfaatkan variabel kualitas barang sebagai salah satu variabel independen untuk memprediksi pilihan pembelian berdasarkan justifikasi yang diberikan di atas. Penelitian ini fokus pada ketidakkonsistenan kualitas barang di aplikasi Shopee karena ditemukan bukti bahwa beberapa orang yang menjual produknya di sana memiliki deskripsi produk yang tidak konsisten atau tidak memuaskan atau kualitas produk yang tidak konsisten atau tidak memuaskan.

Hal ini dapat dilihat dari ulasan yang ditinggalkan pelanggan setelah melakukan pembelian, yang mungkin mendorong beberapa calon pelanggan Shopee untuk memperhatikan rating produk sebelum melakukan pembelian.

Kualitas komoditas yang dapat dipertukarkan menurun karena semakin banyak orang yang membeli di toko online. Karena pelanggan tidak dapat melihat dan memahami secara fisik barang yang akan mereka beli, sangat penting bagi mereka untuk memperhatikan agar mereka tidak kecewa saat barang itu tiba. Peneliti memilih judul penelitian berikut setelah mempertimbangkan alasan di atas:

“Pengaruh Kualitas Barang, Pelayanan, Kecepatan Waktu Kirim, Terhadap Keputusan Pembeli Pada Aplikasi *Shopee*“ (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang)

1.2 Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dikemukakan sebagai berikut mengingat latar belakang tersebut di atas:

- 1) Apakah kualitas barang berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada aplikasi *Shopee* ?
- 2) Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada aplikasi *Shopee* ?
- 3) Apakah kecepatan waktu kirim berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada aplikasi *Shopee* ?
- 4) Apakah kualitas barang, pelayanan dan kecepatan waktu kirim berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada aplikasi *Shopee*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini dapat dikatakan tentang tujuan penelitian berdasarkan bagaimana masalah tersebut dijelaskan di atas:

- 1) Untuk mengetahui dan menguji kualitas barang berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada aplikasi *Shopee*.
- 2) Untuk mengetahui dan menguji pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada aplikasi *Shopee*.
- 3) Untuk mengetahui dan menguji kecepatan waktu kirim berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada aplikasi *Shopee*.
- 4) Untuk mengetahui dan menguji kualitas barang, pelayanan dan kecepatan waktu kirim berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada aplikasi *Shopee*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Akademik

Melalui penelitian ini, kami ingin mempelajari lebih lanjut tentang kualitas produk aplikasi *Shopee*, layanan pelanggan, dan waktu pengiriman.

2. Aspek Praktis

- a) Bagi Penulis, Untuk mengaplikasikan pendidikan tinggi dan informasi yang diperoleh dari penelitian ini dalam kehidupan sehari-hari, penulis berharap dapat bermanfaat.
- b) Dengan adanya penelitian kali ini, Peneliti ingin dapat memberikan ide dan saran untuk penelitian masa depan untuk meningkatkan penelitian saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah. (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam
- Angkat, D.W. (2018). pengaruh kemudahan kualitas informasi dan kepercayaan terhadap keputusan pembeli secara online pada situs Lazada.
- Assauri. (2004). Manajemen Pemasaran Dasar. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Atmadjati, B. (2018) Dasar-dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- FandyTjiptono, (2008). Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Feigeinboum. (2000). Kendali Mutu Terpadu. Edisi Ketiga, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I (2017) *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Univesitas Diponegoro
- Ghozali, I (2018). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*” Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C.I., Sayekti, N. S., Indrihastuti, P. & Rifai, M (2016). Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah Di Era Perdagangan Bebas Asean. Referensi: *Jurnal Internasional Penelitian Akademik Dalam Bisnis Dan Ilmu Sosial*,.Vol.6(12):76-87
- Gunawan, C.I., & Anggraeni, L.P. (2015). Analisis Manajemen PT. Semen Indonesia TBK VS PT. Holcim Indonesia TBK. *Referensi Jurnal Ilmu Manajmen dan Akuntansi*. Vol.3 (1): 13-23
- Gunawan, C. I. (2016). *Strategi \Pemasaran Umkm Di Era Masyarakat Ekonomi Asean (Mea)*. Purwokerto: CV. IRDH.
- Gunawan, C. I. (2022). *Pemasaran Jasa Tingkat Dasar*.Purwokerto: CV. IRDH.
- Gunawan, C. I., Chandra, T. Chandra, T. &Hafni, L. (2020). *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Dan Loyalitas Konsumen: Tinjauan Teoritis*. Purwokerto: CV. IRDH.

- Hasan, M.(2019). Characteristic of Human Development: Socio-economic Dimension. *KnE Social Sciences*, 3(11), 865–874. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i11.4055>
- Iskandar, (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Gaung Persada Press: Jkarta.
- Jalaludin, A. et al.(2015). “Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 21 No. 1 April 2015 Universitas Brawijaya Malang.
- Karlina,R,& Saputra, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedisiplin Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Lurah Klender Jakarta Timur. *Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 3(1), 7–16. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/5011/pdf>
- Kartika, A. (2018). Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembeli dari aplikasi Bukalapak pada mahasiswa Politeknik Negeri Batam.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, P. & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran* . Jakarta : Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. (2008) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta Salemba Empat
- Latifa Z. & Retno H. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen e-Commerce Shopee di Kota Semarang.
- Magfira N,(2019). pengaruh kualitas barang terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar).
- Moenir, A.S. (2017) *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Nur L. H. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya.
- Nuvariz,C.P. (2020). pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan serta sistem pembayaran terhadap kepuasan konsumen wanita pada forum belanja online *Shopee*.
- Pipih, S. (2020). Pengaruh Strategi Harga dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Online.
- Prawirosantono. (2004). Kebijakan Kinerja Karyawan. Edisi Pertama. BPFE Yogyakarta.
- Suharsimi, A. (2013) *Prosedur Peneitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Swastha, D.H. B. (2005), *Asas-asas Marketing*.Penerbit Liberty, Yokyakarta
- Setyaningrum ,F. (2019). pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang (Studi Pada Pelanggan Sarijan Coffee Malang).
- Sheila, F. N., Rini,R. K., & Daris Z. (2019). Pengaruh e Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang).
- Sri, N. (2018). Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembeli melalui media sosial Instagram (studi kasus pada online shop YLK.Store).
- Stanton, W. J.(2007.) *Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sugiyono, (2001). *Metode Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV
- Sugiyono. (2014.) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017.) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung

Sujarweni, V Wiratna (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33.
Yogyakarta: Pustaka Baru Press

