

Pengaruh Kualitas, Fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman Shopee Express di Kalangan Mahasiswa

Na'ajla Andiza Putri^{1*}, Alya Nurjanah², Yulia Putri Wulandari³, Rafida Rahma Aulia⁴, Siti Sahara⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Jakarta

Jl. R. Mangun Muka Raya No.11, Jakarta, Indonesia

Email : naajlaandizaputri_1511521033@mhs.unj.ac.id¹, alyanurjanah_1511521008@mhs.unj.ac.id²,
yuliaputriwulandari_1511521023@mhs.unj.ac.id³, rafidarahmaaulia_1511521037@mhs.unj.ac.id⁴, sitisahara@unj.ac.id⁵

Abstract. *This study aims to evaluate the effect of quality, facilities, and price on customer satisfaction with Shopee Express delivery among students. The research was conducted using a survey method with a sample of 126 students who had used the Shopee Express delivery service. Data was collected through questionnaires and regression analysis related to the dependence of one variable on another variable (the effect of service quality and price on consumer satisfaction at the Shopee Ekspress freight forwarding service company). The results showed that quality, facilities, and price had a positive and significant impact on customer satisfaction. The managerial implication of this research is that companies need to focus on improving the quality, facilities, and price of delivery services to increase customer satisfaction and maintain their market share among students.*

Keywords: *customer satisfaction, quality influence, service quality*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengiriman Shopee Express di kalangan mahasiswa. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survei dengan sampel sebanyak 126 mahasiswa yang pernah menggunakan jasa pengiriman Shopee Express. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan analitik regresi yang berkaitan dengan ketergantungan satu variabel dengan variabel lain (pengaruh kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa pengiriman barang Shopee Ekspress). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas, fasilitas, dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan perlu fokus pada peningkatan kualitas, fasilitas, dan harga layanan pengiriman untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar mereka di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: kepuasan pelanggan , pengaruh kualitas , kualitas pelayanan

PENDAHULUAN

Transportasi merupakan suatu sistem yang terdiri dari sarana dan prasarana yang didukung oleh tata laksana dan sumber daya manusia untuk membentuk jaringan prasarana dan jaringan pelayanan (Sahara et al., 2023). Dalam pengiriman barang, tentu diperlukan transportasi yang cepat dan efisien agar pengiriman barang dapat berjalan dengan lancar.

Disinilah peran transportasi dalam memindahkan, menggerakkan, mengangkut, atau mengalihkan suatu barang dari suatu tempat ke tempat lain, di mana di tempat lain barang tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu. Hal ini dikarenakan barang-barang yang diperlukan tidak hanya berasal dari satu wilayah saja, namun bisa berasal dari luar daerah hingga luar negeri. (Siti Sahara & Rachel Jesica Silitonga, 2022)

Perkembangan revolusi industry terus berkembang (Siti Sahara, 2022).Pengiriman barang melalui jasa ekspedisi saat ini semakin populer, terutama dalam dunia e-commerce. Salah satu jasa ekspedisi yang terkenal di Indonesia adalah Shopee Express. Untuk mempertahankan eksistensinya dan bersaing di pasar, Shopee Express perlu memastikan bahwa layanan pengiriman yang mereka tawarkan berkualitas dan memuaskan pelanggan.

Dalam penelitian ini, akan dibahas mengenai pengaruh kualitas, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengiriman Shopee Express di kalangan mahasiswa. Mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka merupakan salah satu pengguna utama layanan pengiriman Shopee Express.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan membantu Shopee Express untuk meningkatkan kualitas layanan mereka. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan yang berharga bagi perusahaan jasa pengiriman lainnya untuk mengoptimalkan layanan mereka dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

Dalam penelitian ini, metode survei online akan digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik regresi berganda untuk mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi bagi Shopee Express dan perusahaan jasa pengiriman lainnya untuk mempertahankan pelanggan, meningkatkan kualitas layanan, dan mencapai keuntungan yang lebih baik.

Tujuan

Aplikasi shopee sangat berperan penting dalam kehidupan mahasiswa. Mulai dari penyediaan baju kuliah bahkan hingga keperluan alat elektronik juga tersedia dan cukup terjangkau pada aplikasi shopee. maka dari itu kami ingin mengetahui bagaimana penggunaan pengiriman shopee Express yang merupakan perusahaan pengiriman barang yang diciptakan aplikasi shopee , pada kalangan mahasiswa. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengiriman Shopee Express di kalangan mahasiswa. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah:

- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan pengiriman Shopee Express yang diterima oleh mahasiswa.
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas yang tersedia dalam layanan pengiriman Shopee Express yang diterima oleh mahasiswa.
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga layanan pengiriman Shopee Express yang diterima oleh mahasiswa.

Dari berbagai variabel bebas yang masuk dalam inventarisasi peneliti sebagai variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan maka berdasarkan observasi sementara peneliti variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga merupakan variabel yang kuat dugaan mempengaruhi kepuasan konsumen. Tiga variabel tersebut jika di tindak lanjut akan dapat memenangkan persaingan dengan perusahaan sejenis seperti yang telah di sebutkan diatas. Penjelasan yang disebutkan diatas menjadi pendorong bagi kami untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman Shopee Express Di Kalangan Mahasiswa.”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuisisioner online. Pada pengisian kuisisioner online dilakukan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel 126 responden (Sahara & Delvia, 2021). Peneliti menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data. Sampel penelitian adalah mahasiswa yang menggunakan layanan pengiriman Shopee Express. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuisisioner yang dibagikan kepada 126 responden. Kuisisioner disebar dengan

menggunakan Google Form yaitu kuisisioner yang disebar secara daring. Variabel yang akan diukur adalah kualitas, fasilitas, harga, dan kepuasan pelanggan.

Instrumen

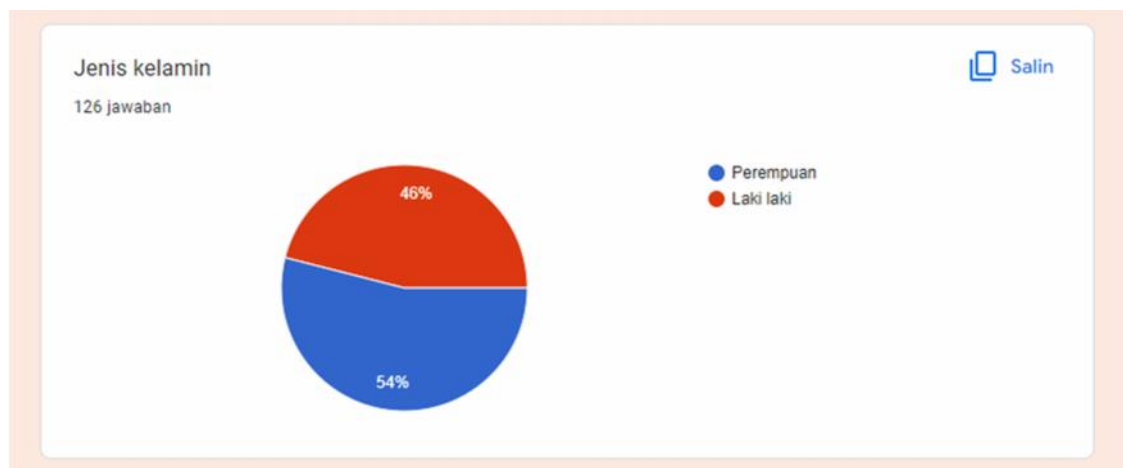
1. Pengguna aplikasi belanja shopee dan jasa kirim shopee express
2. Pemakaian aplikasi shopee dan jasa kirim shopee express
3. Estimasi waktu sampai nya barang
4. Harga pengiriman barang
5. Tersedianya potongan harga pengiriman barang
6. Keadaan barang yang sampai ke tujuan
7. Pelayanan kurir

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kami melakukan survey dan mendapatkan hasil dengan variabel sebagai berikut :

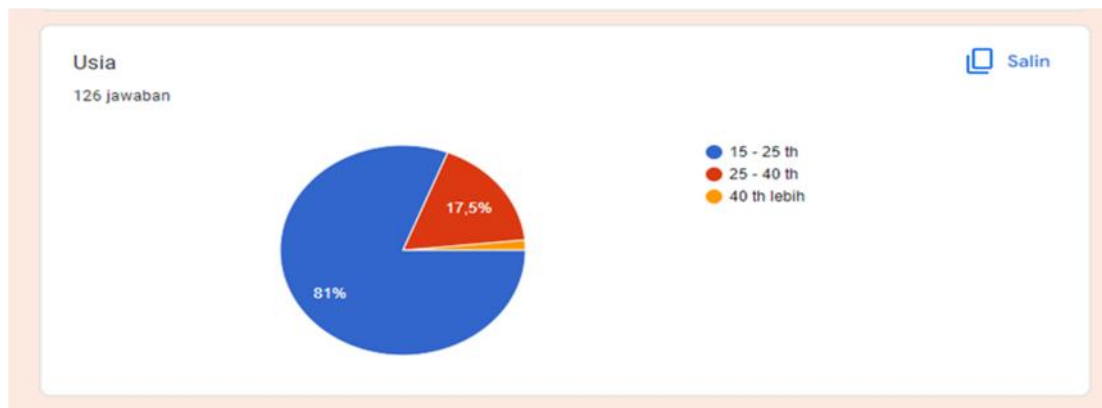
1. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin kami mendapatkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 54% atau setara dengan 68 responden dan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 46% atau setara dengan 58 responden. Dapat disimpulkan responden terbanyak berjenis kelamin perempuan.



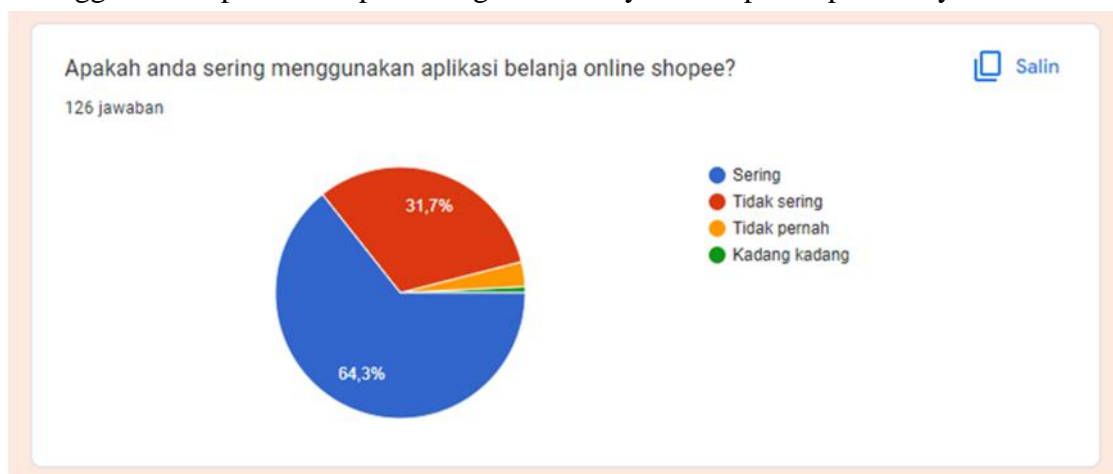
2. Usia

Berdasarkan usia kami mendapatkan responden dengan rentang usia 15-25 tahun sebesar 81% atau setara dengan 102 responden, rentang usia 25-40 sebesar 17,5% atau setara dengan 22 responden, dan rentang usia 40 keatas sebesar 1,6% atau setara dengan 2 responden. Dapat disimpulkan responden terbanyak berada pada rentang usia 15-25 tahun.



3. Penggunaan Aplikasi Shopee

Bedasarkan responden pengguna aplikasi shopee, pengguna yang sering menggunakan aplikasi shopee sebesar 64,3% atau setara dengan 81 responden, pengguna yang tidak sering menggunakan aplikasi shopee sebesar 31,7% atau setara dengan 40 responden, pengguna yang tidak pernah menggunakan aplikasi shopee sebesar 3,2% atau setara dengan 4 responden dan yang memilih opsi lain dengan jawaban kadang – kadang sebesar 0,8% atau setara dengan 1 responden. Dapat disimpulkan pengguna yang sering menggunakan aplikasi shopee sering lebih banyak dari pada opsi lainnya.



4. Pengguna Jasa Kirim

Berdasarkan survey kami ingin mengetahui seberapa sering responden menggunakan jasa pengiriman shopee express, responden dengan jawaban sering sebanyak 50% responden, jawaban tidak pernah 7,9% setara dengan 10 responden, dan yang memilih opsi lain dengan jawaban kadang-kadang sebesar 0,8% atau setara dengan 1 responden, jawaban medium sebesar 0,8% atau setara dengan 1 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden sering menggunakan jasa pengiriman shopee express.



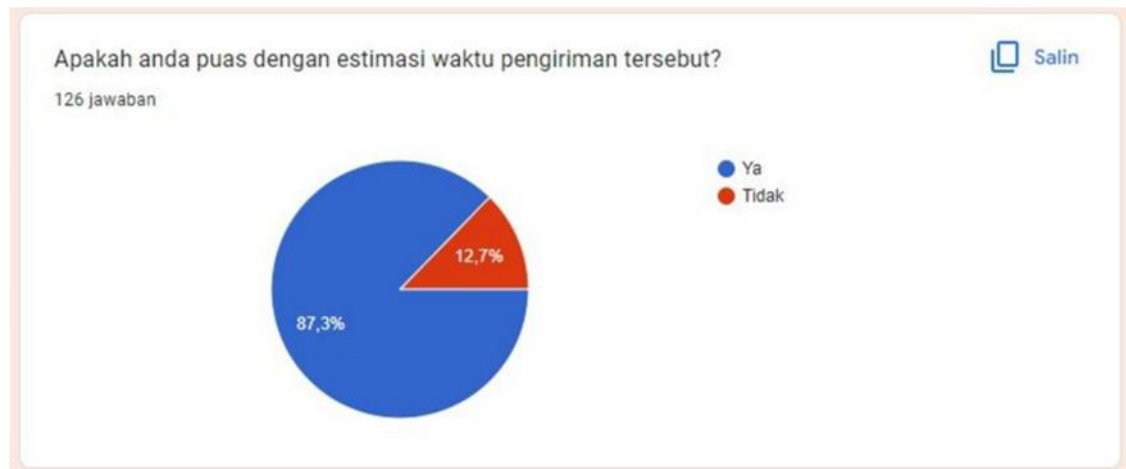
5. Estimasi Waktu Pengiriman

Berdasarkan data survey kami ingin mengetahui berapa kira-kira estimasi waktu barang sampai ke tempat tujuan, responden dengan jawaban 6-24 jam sebanyak 8,7% atau setara dengan 11 responden, jawaban 1-2 hari 46% atau setara dengan 58 responden, jawaban 2-5 hari sebanyak 42,1% setara dengan 53 responden, dan sebanyak 5 responden memilih opsi lain dengan 0,8% atau 1 responden menjawab 5 hari atau lebih, 0,8 responden atau 1 responden menjawab tidak tahu, dan 1,6% atau 2 responden tidak ada jawaban. Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak menjawab 1-2 hari kira-kira estimasi waktu barang sampai ke tempat tujuan.



6. Kepuasan Estimasi pengiriman

Bedasarkan hal tersebut kami mendapat responden menjawab ya sebesar 87,3 % atau setara dengan 110 responden dan responden yang menjawab tidak sebesar 12,7% atau memilih opsi tidak. Hasil yang kami dapatkan adalah sebesar 33,3% atau setara 2 responden tidak memberikan alasan, 16,7% atau setara dengan 1 responden menjawab kurang cepat, 16,7% atau setara dengan 1 responden menjawab agak lama, 16,7% atau setara dengan 1 responden menjawab lama sekali dan 16,7% atau setara dengan 1 yang senang karena perolehan nilai ya cukup besar dalam hasil ini.





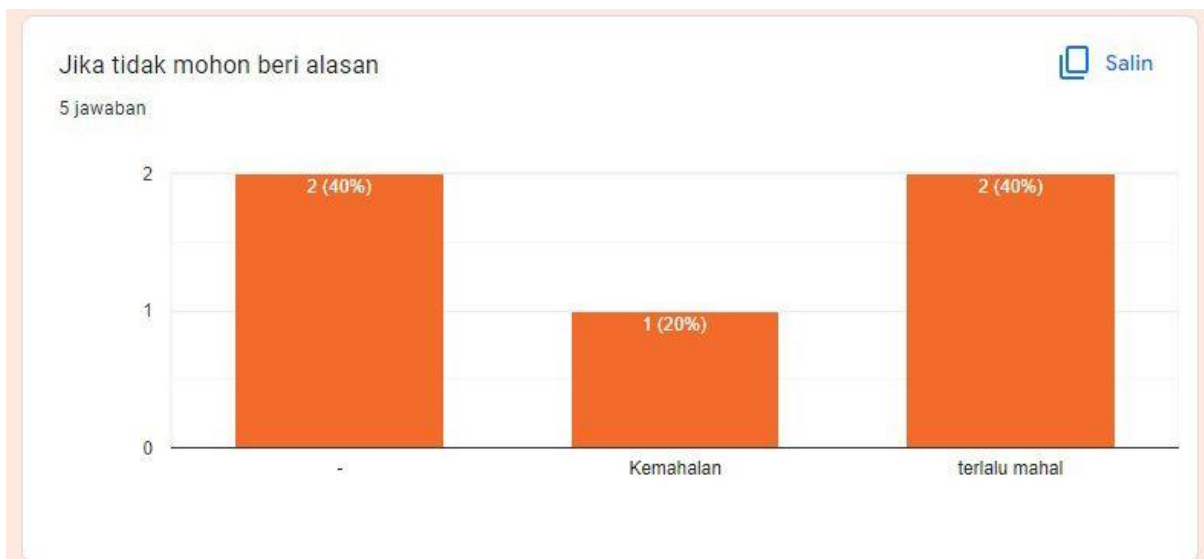
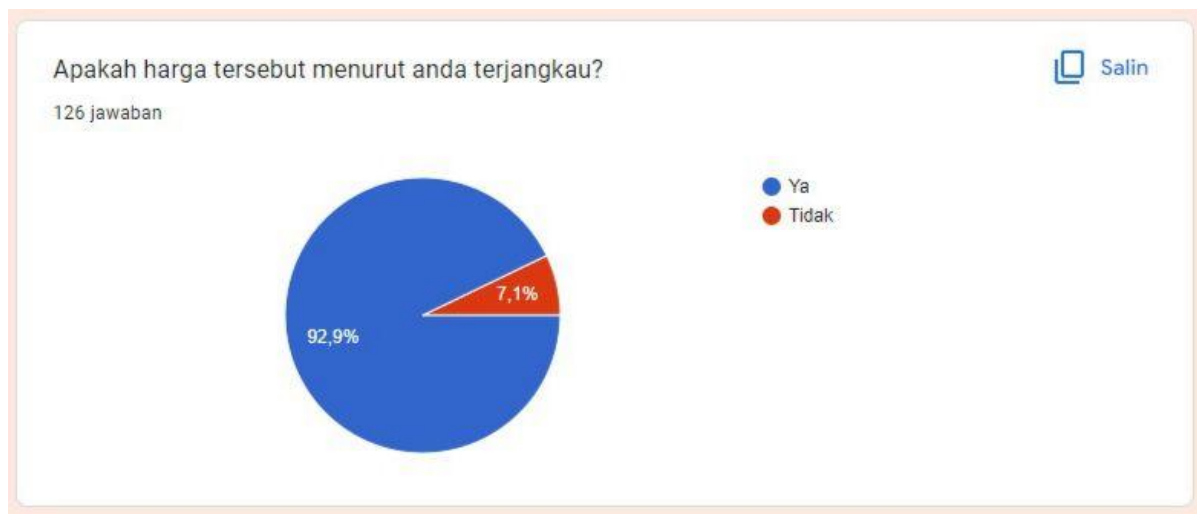
7. Ongkos Pengiriman

Berdasarkan ongkos pengiriman, responden yang membayar ongkos pengiriman secara gratis sebesar 50% atau setara dengan 63 responden, responden yang membayar ongkos pengiriman dengan kisaran harga Rp 9.000 – Rp 15.000 sebesar 38,1 % atau setara dengan 48 responden, responden yang membayar ongkos pengiriman dengan kisaran harga Rp 15.000 – Rp 30.000 sebesar 7,9 % atau setara dengan 10 responden, responden yang membayar ongkos pengiriman dengan kisaran harga Rp 30.000 lebih sebesar 0,8 % atau setara dengan 1 responden, dan responden yang menjawab opsi lainnya terdapat 2 responden. dapat disimpulkan responden yang memilih opsi ongkos pengiriman gratis lebih banyak dari pada opsi lainnya.



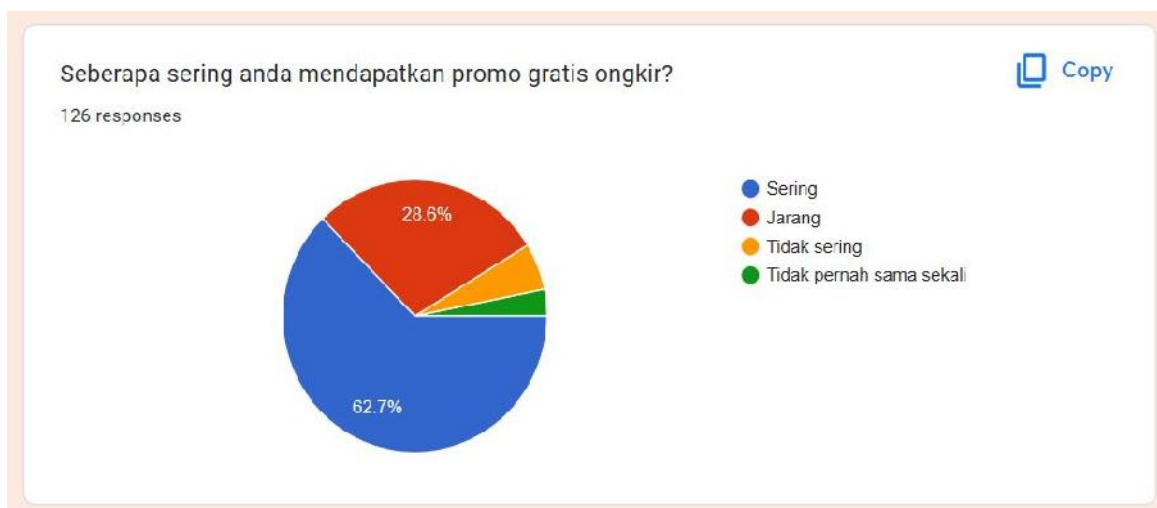
8. Keterjangkauan harga

Berdasarkan keterjangkauan harga, responden yang berpendapat bahwa harga pengiriman terjangkau sebesar 92,9 % atau setara dengan 117 responden dan yang berpendapat sebaliknya sebesar 7,1 % atau setara dengan 9 responden. Alasan responden yang berpendapat tidak terjangkau yaitu 2 dari 40 % tidak memberikan alasan, 1 dari 20 % beralasan kemahalan dan 2 dari 40 % lainnya beralasan terlalu mahal. dapat disimpulkan responden yang berpendapat bahwa harga pengiriman terjangkau lebih banyak dari yang berpendapat sebaliknya.



9. Potongan Harga

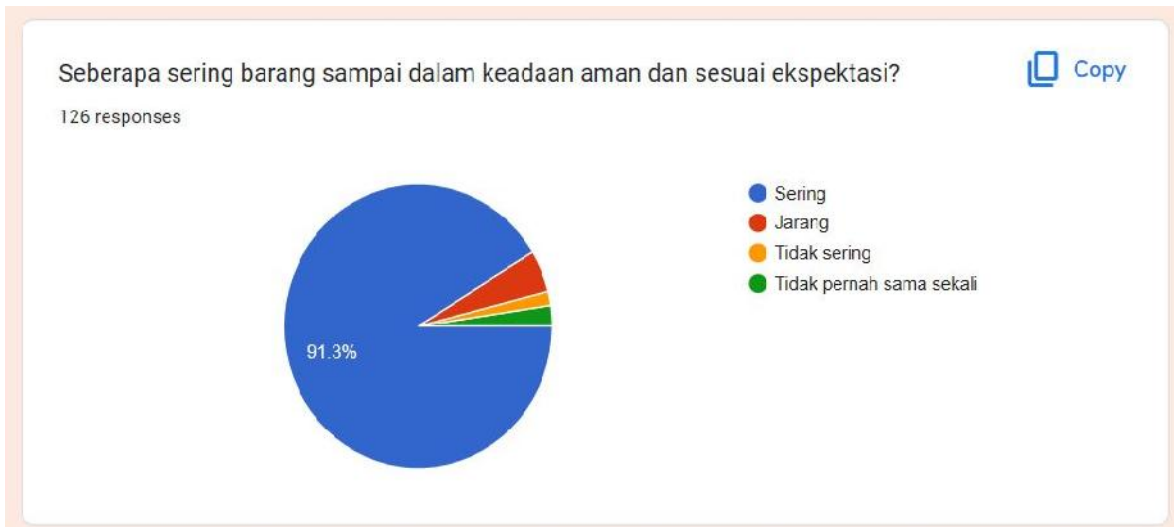
Berdasarkan data survey kami ingin mengetahui seberapa sering responden mendapatkan promo gratis ongkos kirim, responden dengan jawaban sering sebanyak 62,7% atau setara dengan 79 responden, jawaban jarang sebanyak 28,6% setara dengan 36 responden, jawaban tidak sering sebanyak 5,6% atau setara dengan 7 orang, jawaban tidak pernah sama sekali sebanyak 3,2% setara dengan 4 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak menjawab sering mendapatkan promo gratis ongkir.



10. Keadaan barang

Bedasarkan keadaan barang yang sampai apakah sering sesuai atau tidak. Kami mendapat jawaban sebesar 91,3% atau setara dengan 115 responden menjawab sering, sebesar 4,8% atau setara dengan 6 responden menjawab jarang, sebesar 2,4 % atau setara dengan 3 responden menjawab tidak pernah dan sebesar 1,6% atau setara dengan

2 responden menjawab tidak sering. Maka dapat disimpulkan dari perolehan terbanyak banyak responden yang mendapatkan keadaan barang sesuai dengan ekspektasi.



11. Sikap kurir

Berdasarkan responden sikap kurir, kurir yang sering bersikap ramah sebesar 84,9% atau setara dengan 107 responden, kurir yang jarang bersikap ramah sebesar 10,3% atau setara dengan 13 responden, kurir yang tidak sering bersikap ramah sebesar 2,4% atau setara dengan 3 responden, dan kurir yang bersikap tidak pernah sebesar 2,4% atau setara dengan 3 responden. dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak menjawab sering bersikap ramah.



12. pelayanan kurir

berdasarkan responden pelayanan kurir, responden yang senang untuk di ingatkan tentang paket sebesar 93,7% atau setara dengan 118 responden, responden yang tidak senang untuk di ingatkan tentang paket sebesar 6,3% atau setara dengan 8 responden. dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak menjawab senang untuk di ingatkan tentang paket.terdapat beberapa alasan responden yang memilih opsi pilihan tidak

1. senang dengan pelayanan shopee, tapi pas beli sepatu kemarin malah dapatnya sandal, udah protes sama yang jual dari hari jumat sampai sekarang tapi belum ada balesan.
2. Sibuk.
3. tidak mengisi opsi.
4. bisa dikabarkan hanya lewat wa saja sudah lebih dari cukup.



Jika tidak mohon beri alasan

5 responses

Senang dengan pelayanan shopee, tapi pas beli sepatu kmren malah dapet nya sendal, udh protes sama yang jual dari hari jumat sampe skrg tapi blm ada balesan 🙄

Sibuk

-

Introvert

Bisa dikabarkan hanya lewat wa saja sudah pebih dari cukup

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan judul "Pengaruh Kualitas, Fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman Shopee Express di Kalangan Mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa:

- Kualitas, fasilitas, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pengiriman Shopee Express di kalangan mahasiswa.
- Kualitas memiliki pengaruh yang paling signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee Express perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanan pengirimannya untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.
- Fasilitas dan harga juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Shopee Express perlu terus meningkatkan fasilitas dan mempertimbangkan strategi harga yang kompetitif agar tetap dapat bersaing di pasar.

Secara kesimpulan besar dari penelitian tiga variabel ini dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar responden sudah puas, banyak mahasiswa yang merasa terbantu dengan adanya shopee express ini.

Saran yang dapat kami berikan dari penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi Shopee Express untuk meningkatkan kualitas layanan pengiriman dan kepuasan pelanggan. Dan menjadi referensi bagi perusahaan lain dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengembangan kualitas, fasilitas, dan harga yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Sahara, S., & Delvia, Y. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Penerapan Sistem Boarding Pass Di Gate Keberangkatan Terminal Terpadu Pulo Geban. *Logistik*, 14(1), 44–56. <https://doi.org/10.21009/logistik.v14i1.20507>
- Siti Sahara, & Rachel Jesica Silitonga. (2022). Optimalisasi Kegiatan Trucking di PT. Jasa Prima Logistik Bulog. *Jurnal Logistik*, 15, 120–134. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/logistik/article/view/26382/13117>
- Sahara, S., Azwar, S. A., & Andini, R. A. (2023). Pelatihan Fasilitator Pembelajaran Digital sebagai Upaya Pembelajaran Era Revolusi 4.0 di SMK Yapinuh, Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(1), 243–254. <https://doi.org/10.54082/jamsi.629>
- Siti Sahara. (2022). Optimalisasi Kegiatan Trucking di PT. Jasa Prima Logistik Bulog. *Logistik*, 15, 122.
- Arvientama, A., Hasiholan, L. B., Purwana, E. G., & Darsin. (2016). Peningkatan Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Untuk Kepuasan Pelanggan Agar Tercipta Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 514–514. <https://doi.org/10.19163/medchemrussia2021-2021-514>
- Cindy Mahardika Sari, A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya) Marsudi Lestariningsih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(Mei), 17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4012/4023/>
- Ghozali, M. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(7), 1–20.
- Hastuti, P., Ismayanti, D., & Cornelia, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-commerce Shopee Indonesia. *Journal Development*, 5(1), 55–69.
- Lestari, A. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Globat Jet Express (J & T) Surabaya. *Jurnal ILMU Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2319>
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Ikhsan, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Sains Manajemen*, 5(1), 101–119. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i1.1515>
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425–444.
- Wati, R. (2019). Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus : Pelanggan Shoppe Di Kota Bandung 2017). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 8(5), 55.