



Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Sepatu Aerostreet Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Membeli di Aplikasi *Shopee*

Alan Setiyawan¹, Edy Waluyo², Muhammad Abbas Adika³, Paduloh⁴

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Informasi Artikel

Histori Artikel:

Submit 10 December 2023

Accepted 15 December 2023

Published 20 December 2023

Email Author:

202210215056@mhs.ubharajava.ac.id

202210215051@mhs.ubharajava.ac.id

202210215201@mhs.ubharajava.ac.id

paduloh@dsn.ubharajaya.ac.id

ABSTRACT

Shopee is an e-shopping app that concentrates on marketplaces and e-commerce. One of the most popular online shopping apps in Southeast Asia. Aerostreet shoes is a local shoe brand founded by Adhitya Caesarico in Klaten in 2015 and is now the best-selling shoe brand on Shopee. The best-selling Aerostreet shoe products are due to the company often holding massive discounts on Shopee, which reduces product prices and increases sales. Most of the products sold at efficient prices are not always of high quality and cause customer dissatisfaction. The purpose of this study is to determine the influence between customer satisfaction, price and product quality of aerostreet shoes, a total of 39 respondents, aged 17 to 21 years, coming from various professions and having different judgments, were asked to participate in this study. Calculations using the SPSS application, the results of this study indicate that price and customer satisfaction have increased satisfaction in an upward manner while product quality and customer satisfaction have decreased satisfaction in a downward manner because consumers are more tempted by efficient prices than normal prices but guaranteed product quality.

Keyword– Customer satisfaction, Price, Product quality, Aerostreet, Shopee

ABSTRAK

Shopee adalah aplikasi berbelanja elektronik yang berkonsentrasi pada pasar dan e-commerce. Salah satu aplikasi belanja online paling populer di Asia Tenggara. Sepatu aerostreet adalah merek sepatu lokal yang didirikan oleh Adhitya Caesarico di Klaten pada tahun 2015 dan sekarang menjadi merek sepatu yang paling laris di

Shopee. Larisnya produk sepatu *Aerostreet* disebabkan oleh perusahaan tersebut sering mengadakan diskon besar-besaran di *Shopee*, yang mengurangi harga produk dan meningkatkan penjualan. Sebagian besar produk yang terjual dengan harga yang efisien tidak selalu berkualitas tinggi dan menyebabkan pelanggan tidak puas. Maksud dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara kepuasan pelanggan, harga dan kualitas produk sepatu *aerostreet* berjumlah 39 responden, yang berusia 17 sampai 21 tahun, berasal dari berbagai profesi dan memiliki penilaian yang berbeda-beda, diminta untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Perhitungan pakai aplikasi SPSS, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kepuasan pelanggan mengalami peningkatan kepuasan secara menaik sedangkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan mengalami penurunan kepuasan secara menurun karena konsumen lebih tergiur dengan harga yang efisien dibanding harga yang normal tetapi kualitas produk terjamin.

Kata Kunci – Kepuasan pelanggan, Harga, Kualitas produk, *Aerostreet*, *Shopee*

PENDAHULUAN

Aerostreet merupakan perusahaan sepatu UMKM yang didirikan oleh Adhitya Caesarico di Klaten, Jawa Tengah tahun 2015 yang di sponsori oleh PT Adco Pakis Mas. Awalnya sepatu ini hanya memproduksi sepatu sekolah, namun seiring perkembangan zaman dan trend. Adithya mengembangkan dengan varian model seperti sepatu kets, sepatu olahraga dan sebagainya. (Mahfudi et al., 2023).

Pengembangan teknologi yang lebih canggih dan praktis dapat dipengaruhi oleh inovasi baru. Indonesia adalah negara yang sudah memulai kemajuan teknologi industri menjadi lebih canggih dan tidak terbelakang. Aplikasi *Shopee* adalah salah satu contoh kemajuan teknologi *e-commerce* di Indonesia, belanja online semakin populer di seluruh dunia dan Indonesia sebagai contohnya karena lebih hemat dan efisien daripada membeli barang di tempat yang banyak menghabiskan waktu dan biaya. (Mahfudi et al., 2023). Selain itu pula transaksi yang kini sudah serba *cashless* menjadi salah satu keunggulan aplikasi *E-Commerce* walaupun masih banyak warga Indonesia yang mendominasi pembayaran dengan sistem COD (*Cash On Delivery*) tetapi itu tidak menjadi permasalahan besar karena berbelanja online dapat memudahkan masyarakat yang ingin berbelanja secara jarak jauh. Menurut penelitian (Sri Mulyana, 2021) *Brand fashion* salah satu top brand yang mendominasi pembelian produk warga Indonesia, produk sepatu yang menjadi kebutuhan paling banyak masyarakat dibanding produk lainnya. Menurut ulasan para pembeli produk sepatu *aerostreet* ini adalah pengaruh dari peminat pembeli dan harga yang masih terbilang sangat ramah bagi mahasiswa dan pekerja umum. Karena dari jumlah peminat yang sangat banyak tentunya *aerostreet* tidak mengumpat begitu saja, perusahaan tersebut menarik simpatik kepada seluruh penggemar produknya dengan cara memberikan *flash sale* ataupun diskon besar-besaran pada *event* tertentu seperti "*event 9.9 shopee sale*" menjadikan salah satu penarik pembeli pada produk tersebut karena pada *event* inilah para pembeli banyak yang minat karena produk tersebut

memberikan harga yang lebih murah dibandingkan harga normal. (Alfian Alam Dwi Cahyono, 2023). Kepuasan pelanggan juga adalah faktor dari mengapa banyaknya para pembeli, menurut (Husnul Khotimah & Doddi Prastuti, 2020) kualitas produk dan kepuasan pelanggan menjadi faktor pengaruh keuntungan perusahaan karena para konsumen memberikan penilaian melalui survei yang telah di sediakan atau rekomendasi dari satu orang ke lainnya. Kepuasan pelanggan dan kualitas produk memang tidak di ketahui secara langsung karena para konsumen hanya bisa melihat melalui responden dari konsumen lain dan mengisi survei rekomendasi tersebut.

Menurut peneliti terdahulu (Abdul Muid & Johanis Sousa, 2023) bahwa ada beberapa faktor hipotesis yang mempengaruhi kualitas produk, ada beberapa faktor utamanya yaitu harga dan kepuasan pelanggan. Menurut (Dicky Bagus Prasetyo et al., 2022) harga merupakan sejumlah nilai uang yang dapat di tukarkan pada jasa dan barang, atau yang sering di sebut juga sejumlah bayaran yang digunakan untuk menukar barang maupun jasa. Selain harga, kualitas produk menjadi bagian penting dari harga karena dari jumlah *cost* di keluarkan untuk membuat sepasang unit sepatu yang terdiri dari bahan-bahan dan alat mesin untuk pembuatan proses sepatu yang menyebabkan terjadinya kenaikan maupun penurunan harga produk sepatu. Penyebab kenaikan dan turunnya harga produk sepatu juga menjadi faktor penyebab kepuasan pelanggan dalam membeli produk sepatu. Menurut (Malik Ibrahim & Sitti Marijam Thawil, 2019) kepuasan pelanggan merupakan sikap senang ataupun kecewa yang dihasilkan dari perbandingan suatu pekerjaan dalam bentuk barang maupun. Kepuasan pelanggan sepatu *aerostreet* menjadi objek menarik penelitian ini karena banyaknya para konsumen yang sangat setuju dan memberikan rekomendasi di survey penilaian yang sudah di sediakan oleh aplikasi *shopee* agar para konsumen luar tertarik membeli barang tersebut di aplikasinya. Tetapi penelitian ini diambil secara tidak langsung dari survey di aplikasi *shopee*, pengambilan data yang digunakan berdasarkan koresponden lebih dari 30 orang yang membeli di aplikasi *shopee* yang di mana dapat menghasilkan beberapa kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian produk sepatu.

Maksud dari penelitian ini untuk menguji seberapa besar pengaruh harga, kualitas produk dan kepuasan pelanggan karena fenomena yang terjadi di toko *shopee* sepatu *aerostreet*. Menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode regresi linier yang berfungsi untuk menghitung pengaruh dari kedua variable tersebut (Ade Bagus Saputra et al., 2021). Perhitungannya menggunakan aplikasi SPSS Versi 25.

METODE

Penelitian ini menggunakan perhitungan kuantitatif menurut (Sugiyono, 2013) adalah teknik perhitungan data menggunakan sistem perhitungan (bisa bentuk statistika ataupun operasi matematis) dengan metode regresi linier linier berganda, Menurut (Ade Bagus Saputra et al., 2021) menggunakan metode regresi linier berganda dan menurut (Nita Komala Dewi et al., 2021) menggunakan uji instrument dan uji hipotesis. Peneliti menggunakan metode yang sama dari kedua peneliti terdahulu.

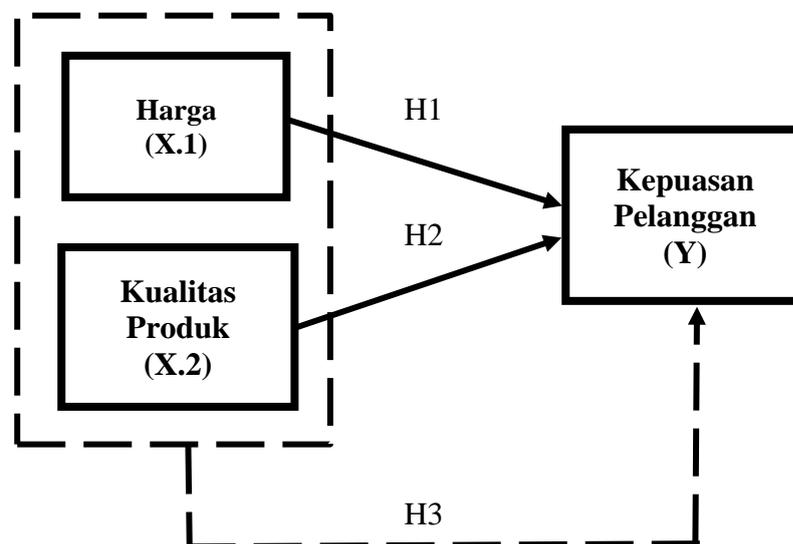
Populasi yang diambil bersifat tidak tehingga dengan karakteristik umur yaitu 17-21 tahun, berprofesi sebagai pekerja karyawan dan mahasiswa. Semua peserta yang sudah termaksud kategori dapat mengisi kuesioner sebagai pelanggan setia sepatu *aerostreet* yang membeli di aplikasi *shopee*. Sesuai dengan pengertiannya, populasi adalah objek dari suatu penelitian yang akan di selidiki secara keseluruhan (H.Djaali, 2020). Sampel berjumlah 39 orang dengan Teknik *Simple Random Sampling* (pengambilan populasi secara terbuka tanpa melihat kesetaraan) karena objek

yang diambil tidak melihat jenis profesi, asalkan sesuai dengan kriteria, secara *Probability Sampling* atau pengambilan data populasi secara acak yang melibatkan objek sebanyak 39 orang. (Sugiyono, 2013).

Menurut (Yoel Octobe Purba et al., 2021) Uji validitas adalah suatu kesimpulan yang diambil dari pengaruh sampling dan uji reliabilitas adalah sampling data yang menghasilkan nilai sampel yang konsisten. Selain kedua uji tersebut kami juga melakukan uji T pada sampling yang kami kumpulkan. Menurut (Deny Kurniawan, 2008) uji T adalah uji yang dilakukan untuk membandingkan rata-rata kedua sampel data yang bersifat independen. Menurut (Bagus Nurcahyo, 2018) uji F adalah untuk menentukan apakah semua variabel independen berpengaruh secara bersamaan atau dependen. Pada penelitian ini terjadi 3 variabel yang berpengaruh terhadap Y, berikut adalah penjelasannya;

- A. Harga (X.1) memengaruhi kepuasan pelanggan (Y). harga yang murah atau diskon dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, dengan melihat dari hasil survei responden yang dibuat. Apakah konsumen merasa puas ataupun tidak dengan harga yang murah.
- B. Kualitas produk (X.2) memengaruhi kepuasan pelanggan (Y). Selain harga, kualitas produk juga bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk, karena jika kualitas produk itu baik atau tidak baik maka kepuasan pelanggan mengalami kenaikan dan penurunan.
- C. Harga (X.1), kualitas produk (X.2) memengaruhi kepuasan pelanggan (Y). Kedua variabel dapat memengaruhi variabel Y karena dapat mengalami penurunan tingkat kepuasan pelanggan. Jika kedua variabel memiliki kepuasan pelanggan yang baik, maka konsumen merasakan produk yang bagus.

Gambar 1. Kerangka Berpikir



HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan menggunakan metode data sampling secara acak responden dengan jumlah 39 orang dengan memiliki tiga pertanyaan dan lima poin pilihan jawaban kepada responden, berikut adalah tabel yang tertulis;

Tabel 1. Responden dan Point Kepuasan

Kepuasan	point
tP (tidak Puas)	I
kP (kurang Puas)	II
p (puas)	III
Sp (Sangat puas)	IV
SaP (Sangat Amat Puas)	V

Setelah mengumpulkan data dari responden, peneliti melakukan tiga uji: regresi linier berganda, uji instrumen, dan uji hipotesis untuk mengetahui apakah data tersebut sah atau tidak. berfungsi untuk mengidentifikasi dampak dari variabel ketiga dan membandingkan hasilnya. Untuk semua perhitungan menggunakan aplikasi spss versi 25. Berikut adalah hasil perhitungannya;

1. Uji Validitas

Pada uji ini, r tabel signifikan yang digunakan yaitu 1% atau 0,01. Pada tabel diatas menghasilkan $r > r$ tabel hasil data perhitungan uji itu sah digunakan atau valid. Karena harga (X1) r hasilnya lebih dari r tabel, kualitas produk (X2) r total hasilnya lebih besar sama dengan r tabel dan kepuasan pelanggan (Y) juga r total menghasilkan lebih besar daripada r tabel.

Tabel 2. Uji Validitas

variabel	Pertanyaan kuesioner	r	r tabel	Hasil
X.1	Harga sepatu	0,62	0,267	Valid
	Harga diskon	0,44	0,267	Valid
	Harga Ongkir	0,51	0,267	Valid
X.2	Kualitas Produk Bahan	0,56	0,267	Valid
	Kualitas Produk Sepatu	0,60	0,267	Valid
	Kualitas Produk Diskon	0,51	0,267	Valid
Y	Kepuasan Pelanggan Terhadap Harga	0,44	0,267	Valid
	Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk	0,65	0,267	Valid
	Kepuasan Pelanggan Terhadap pembelian	0,53	0,267	Valid

2. Uji Reabilitas

Selanjutnya, uji realibitas menyatakan bahwa nilai yang akan diuji akan menghasilkan angka yang konsisten. Dengan *cronbatch alpha* >0,6 maka data yang diolah sah dan realible.

Tabel 3. Uji Reabilitas

variabel	<i>Cronbatch alpha</i> (>0,6)	Standar Realible	Hasil
Harga (X.1)	0,651	0,6	Valid
Kualitas produk (X.2)	0,759	0,6	Valid
Kepuasan pelanggan (Y)	0,816	0,6	Valid

Pada uji ini, *cronbatch alpha* yang dihasilkan dari semua variabel yang di analisis yaitu \geq standar realible, maka uji dari ketiga variabel tersebut konsisten dan sah digunakan untuk penelitian.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda terdapat dua variabel yaitu Y dan X, jika menemukan dua atau empat variable maka dengan cara ini perhitungannya lebih relavan. Jika lebih dari empat maka tidak relavan menghitung menggunakan uji ini (Singgih Santoso, 2018).

$$Y = 10,258 + 0,189 X1 + -0,41 X2$$

Tabel 4. Regresi Linier Berganda

variabel	(B)
Konstan	10,258
X.1	0,189
X.2	-0,41

Berikut penjelasan hasil dari uji regresi berganda;

- A. Hasil koefisien konstanta yaitu 10,258 bernilai positif, dapat diartikan bahwa harga (X.1), kualitas produk (X.2) dan kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan yang signifikan yaitu 10,258%.
- B. Hasil koefisien konstanta yaitu 0,189 bernilai positif, dapat diartikan bahwa harga (X.1) dan Kepuasan Pelanggan (Y) mengalami penurunan kepuasan pelanggan yang signifikan yaitu 0,189% yang berarti pelanggan belum merasa puas dengan harga diskon.
- C. Hasil koefisien konstanta yaitu -0,41 bernilai negatif, dapat diartikan bahwa kualitas produk (X.2) dan kepuasan pelanggan (Y) mengalami penurunan kepuasan pelanggan yang signifikan yaitu -0,41%.

4. Uji T (parsial)

Setelah menghitung uji regresi linier berganda, selanjutnya menghitung uji T dan uji F untuk mengambil keputusan dari suatu variabel. Uji T dilakukan secara 2 variabel dengan nilai $sig < 0,05$ dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan memengaruhi setiap variabelnya. Sebelum masuk ke uji T maka dicari nilai T tabel. T tabel yang di hasilkan yaitu 0,025 ; 36 dengan nilai distribusinya yaitu 2,02809. Berikut adalah penjelasan berbentuk rumus;

$$T \text{ tabel} = \frac{\alpha}{2} ; n - k - 1$$

$$T \text{ tabel} = \frac{0,05}{2} ; 39 - 2 - 1 = 0,025 ; 36 \approx 2,02809$$

α = nilai kepercayaan 95% (0,05)

n = jumlah sampel (39)

k = jumlah variabel

Tabel 5. Uji T (parsial)

variabel	T	sig	keterangan
X.1	11,250	0	H1 diterima
X.2	0,351	0,728	H2 ditolak

Setelah di uji T maka mendapatkan hasil yaitu sebagai berikut;

A. Harga (X1) memengaruhi kepuasan pelanggan (Y)

$t > t \text{ tabel}$ dan $sig < sig 0,05$ H1 diterima. Karena memang banyaknya para konsumen yang tertarik atau tergiur dengan barang diskon atau lebih murah yang dapat mengefisiensi ekonomi. Konsumen yang membeli secara *online* lebih senang ketika mendapatkan harga murah dibanding mahal tetapi kualitas produknya tidak di ketahui.

B. Kualitas produk (X2) tidak dapat memengaruhi kepuasan pelanggan (Y)

$t < t \text{ tabel}$ dan $sig > sig 0,05$ H2 ditolak. pada perhitungan ini ditemukan bahwa kepuasan pelanggan mengalami penurunan karena terjadi ketidakpuasan pelanggan dalam membeli produk sepatu *aerostreet*. Hal ini biasanya terjadi karena kerusakan dari ekspedisi jasa kirim atau dari produsen yang mengirimkan barang *retun* dan barang yang rusak tetapi lolos pengecekan barang.

5. Uji F (simultan)

Uji ini berfungsi untuk melihat hasil dari simultan dari semua variabel (X1,X2,Y). Uji F dilakukan secara semua variabel dengan nilai $sig < 0,05$ dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan memengaruhi setiap variabelnya. Sebelum masuk ke uji F maka dicari nilai Ftabel. T tabel yang di hasilkan yaitu 0,025 ; 36 dengan nilai distribusinya yaitu 3,68. Berikut adalah penjelasan berbentuk rumus;

$$F \text{ tabel} = k ; n - k$$

$$F \text{ tabel} = 2 ; 39 - 2 = df - 2 ; 37 \approx 3,25$$

n = jumlah sampel (39)

k = jumlah variabel (X1,X2,Y)

Tabel 6. Uji F (simultan)

variabel	df	F	sig	keterangan
X.1, X.2, Y	2	61,822	0	H3 diterima

SIMPULAN

Penelitian ini, peneliti dapat menghasilkan temuan yaitu; ada beberapa pengaruh antara harga, kualitas produk, kepuasan pelanggan. Ketiga pengujian kepuasan pelanggan mengalami penurunan atau kekecewaan pelanggan. Faktor dari penurunan kepuasan pelanggan mulai terlihat di uji hipotesis terlihat jelas bahwa para pelanggan mengalami ketidakpuasan terhadap produk yang dibeli, penyebabnya yaitu terlalu tergiur dengan harga produk sepatu yang di jual secara diskon dan tidak melihat dari segi penilaian responden yang di sediakan oleh aplikasi *shopee* apakah banyak pelanggan merasa senang atau kecewa dengan produk yang di jual. Masyarakat indonesia hanya memikirkan tentang harga tanpa melihat kualitas produknya setelah barang di tangan konsumen, dan para penjual harus memberikan keterangan pada deskripsi keranjang pembelian di aplikasi *shopee* mulai dari jenis, kriteria produk, ukuran, gender dan produk apa yang di jual (produk *return* atau produk gagal yang dijual murah).

BIBLIOGRAFI

- Abdul Muid, & Johanis Sousa. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Aerostreet. *Ekono Insentif*.
- Ade Bagus Saputra, Natalia Ratna Ningrum, & Anindita Imam Basri. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Alfian Alam Dwi Cahyono. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet (Studi Empiris Pada Followers Akun Instagram @Aerostreet). *Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri*.
- Bagus Nurcahyo. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word Of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal NUSAMBA*.
- Deny Kurniawan. (2008). Uji T 2-Sampel Independen. *Academia.Id*.
- Dicky Bagus Prasetyo, N. Rachma, & M. Khoirul ABS. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2018). *E – Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*.
- H.Djaali. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Bumi Aksara*.

- Husnul Khotimah, & Doddi Prastuti, S. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pelanggan shopee di PT. Biro klasifikasi Indonesia Jakarta Utara). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Mahfudi, M. Agus Salim, & Afi Rachmat S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*.
- Malik Ibrahim, & Sitti Marijam Thawil. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*.
- Nita Komala Dewi, Neng Siti Komariah, & Ratna Suminar. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramusaji Penyandang Tunarungu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Deaf Cafe Finger Talk. *Junal MEBIS*.
- Singgih Santoso. (2018). Menguasai Statistik Dengan SPSS 25. *PT Elex Media Komputindo*.
- SRI MULYANA. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *E-Journal Daya Saing*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *ALFABETA, CV*.
- Yoel Octobe Purba, S. Pd. ,M. Pd., Fadhilaturrahmi, S. Pd. ,M. Pd., Jesica Triani Purba, & Kevin William Andri Siahaan. (2021). Teknik Uji Instrumen Penelitian Pendidikan. *Widina Bhakti Persada Bandung*.

Copyright holder:

Alan Setiyawan, Edy Waluyo, Muhammad Abbas Adika, Paduloh (2023)

First publication right:

ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik