

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Penggunaan E-wallet Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat

* Hermansyah¹, Eko Arwanda Pambudi²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi,
Institut Ilmu Sosial Dan Manajemen STIAM, Jakarta, Indonesia

Abstract.

This study aims to determine the extent to which service quality and ease of use of E-wallets influence purchase decisions. This research uses primary data from questionnaires and secondary data from literature. The population of this study includes all Tokopedia consumers using E-wallets in Kemayoran, Central Jakarta. The sample was obtained using Hair's theory, resulting in 145 respondents. The research method employed is a quantitative approach with a descriptive research type. The data analysis techniques used include Descriptive Analysis, Instrument Testing, Classical Assumption Tests, Autocorrelation Tests, Multiple Linear Regression Analysis, T-Tests, F-Tests, Correlation Coefficient Determination, and Determination Coefficient, all conducted using SPSS version 26 software. The research results indicate that there is a significant partial influence of service quality (X1) on purchase decisions (a case study of Tokopedia consumers in Kemayoran, Central Jakarta) (Y) by 41.2%, and a significant partial influence of the ease of use of E-wallets (X2) on purchase decisions (a case study of Tokopedia consumers in Kemayoran, Central Jakarta) (Y) by 54.6%. Based on the F- test results, it is shown that service quality (X1) and ease of use of E-wallets (X2) simultaneously have a significant influence on purchase decisions (a case study of Tokopedia consumers in Kemayoran, Central Jakarta) (Y) by 57.7%, with the remaining 42.3% influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Service Quality; Ease of Use of E-wallets; Purchase Decisions

Cronicle of Article:Received (11,06,2024); Revised (15,06,2024); and Published (28,06, 2024).

©2024 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM

Profile and corresponding author : Hermansyah adalah Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* hermansyah.chan@gmail.com

How to cite this article : Hermansyah, Pambudi A E (2024) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Penggunaan E-wallet Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat". *Adbispreneur*, 4 (3), pp. 216-221. Available at: <http://JAMBIS>

PENDAHULUAN

Salah satu platform e-commerce yang populer di Indonesia adalah Tokopedia yang didirikan pada tahun 2009. Tokopedia merupakan marketplace online yang menghubungkan penjual dan pembeli dari seluruh Indonesia, dengan menyediakan berbagai fitur dan layanan yang mendukung transaksi online. Tokopedia memiliki visi untuk menciptakan pemerataan ekonomi digital di Indonesia, dengan memberdayakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk mengembangkan bisnis mereka melalui internet. Tokopedia juga berupaya untuk memberikan pengalaman belanja online yang aman, nyaman, dan menyenangkan bagi konsumen, dengan menawarkan berbagai pilihan produk, harga, dan metode pembayaran. Berdasarkan gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2020 terjadi penurunan pengunjung dikarenakan adanya pandemi covid-19 sehingga minat beli masyarakat menurun. Salah satu faktornya adalah ekonomi. Namun, pada tahun 2021 terjadi peningkatan yang sangat drastis hingga tahun 2022 kuartal II. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya penerapan era new normal dimana semua orang sudah bisa beraktivitas dengan biasanya dan perekonomian setiap orang kembali pulih.

Salah satu faktor keputusan pembelian pada pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Konsumen akan merasa puas saat menggunakan layanan dengan kualitas yang praktis, aman, dan sesuai dengan harapan. Namun, dalam hal kualitas pelayanan mulai dari jasa pengiriman hingga layanan menjadi buruk. Tokopedia masih ada kendala dalam hal pelayanan, salah satunya ekspedisi pengiriman yang lama sampainya bahkan paket hilang. Hal ini membuat konsumen Tokopedia merasa kurang nyaman saat menggunakan aplikasi Tokopedia. Sehingga mengurangi rasa kepercayaan konsumen Tokopedia untuk memutuskan pembelian di Tokopedia. Selain itu, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kemudahan penggunaan e-wallet. Metode pembayaran yang ditawarkan oleh Tokopedia seperti E-wallet memudahkan pengguna dalam bertransaksi. Namun, fenomena dalam kemudahan penggunaan E-wallet sebagai metode pembayaran di Tokopedia masih belum optimal, karena masih banyak konsumen yang mengeluh mengenai pembayaran yang masih suka error. Oleh karena itu peneliti bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan e-wallet terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tokopedia di Kemayoran, Jakarta Pusat.

LITERATUR REVIUW

1. Administrasi Menurut Siagian (2012:13) dalam Haq (2022:22), administrasi dapat diartikan sebagai keseluruhan proses kerja sama antara dua orang atau lebih, yang didasarkan pada rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
2. Administrasi Bisnis Y. Wayong (2004:12) dalam Subhi (2022:30) mendefinisikan Administrasi Bisnis sebagai rangkaian kegiatan yang melibatkan proses produksi barang dan jasa, hingga pada saat barang dan jasa tersebut tiba di tangan konsumen.
3. Bisnis Internasional melibatkan kegiatan bisnis yang melibatkan transaksi antara pihak dari lebih dari satu negara. Ini juga dikenal sebagai pemasaran internasional, di mana perusahaan di satu negara melakukan transaksi bisnis dengan perusahaan atau individu di negara lain berdasarkan kesepakatan bersama (Suprpto, 2023).
4. Bauran Pemasaran Menurut Tjiptono (2014:41), bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang dipergunakan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya.

5. E-commerce atau Electronic Commerce, adalah aktivitas pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa yang dilakukan melalui sistem elektronik, seperti internet, jaringan komputer, radio, dan televisi. Ini melibatkan proses transaksi jual beli yang terjadi secara online, dimana produsen harus responsif terhadap permintaan konsumen (Toruan, 2022).
6. Dompot elektronik atau dikenal sebagai E-wallet, merupakan alat pembayaran digital yang menggunakan media elektronik berupa server. Pada umumnya, E-wallet berbentuk aplikasi yang berbasis di server dan memerlukan koneksi dengan penerbitnya dalam proses penggunaannya (Ramli dkk., 2021:46).
7. Kualitas Pelayanan Menurut Wyckof dalam Efendi (2022:26), kualitas pelayanan mencakup tingkat keunggulan yang diharapkan dan kontrol terhadap keunggulan tersebut, dengan tujuan memenuhi harapan pelanggan.
8. Kemudahan Penggunaan Menurut Jogiyanto (2019:934) dalam Setyoadi dan Rusyda (2022:85), persepsi kemudahan merupakan suatu ukuran untuk meyakini bahwa teknologi dapat digunakan dengan jelas tanpa memerlukan banyak usaha, sehingga mudah dioperasikan.
9. Keputusan Pembelian adalah bagian integral dari perilaku pembelian yang melibatkan proses memilih dan membeli barang atau jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen (Yudana, 2022:65)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan e-wallet terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Tokopedia di Wilayah Kemayoran, Jakarta Pusat serta data sekunder berupa studi pustaka melalui jurnal, artikel, dan website yang berkaitan dengan topik penelitian. Populasi penelitian ini adalah konsumen Tokopedia di Wilayah Kemayoran, Jakarta Pusat yang menggunakan e-wallet. Penentuan sampel penelitian menggunakan Hair.et.al (2010:112) dalam Eti Rochaety (2019:111), menyatakan bahwa "jika populasi tidak diketahui, jumlah sampel minimal sebanyak 61 adalah 5 kali lipat dari jumlah item pertanyaan dalam kuesioner." Dalam penelitian ini, terdapat total 29 pernyataan, sehingga hasil perhitungan sampel adalah sebagai berikut: Jumlah sampel = $29 \times 5 = 145$ sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Tokopedia di Kemayoran Jakarta Pusat)

Hasil dari uji hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat). Hal ini dibuktikan dengan hal tersebut dibuktikan dari nilai t hitung ($3,201$) $>$ t tabel ($1,976$) sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima atau terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) secara parsial terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Tokopedia Di Kemayoran

Jakarta Pusat) (Y). Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai R Square sebesar 0,412. Sehingga, hal itu menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus konsumen Tokopedia di Kemayoran Jakarta Pusat) secara parsial sebesar sebesar 41,2% dan sisanya sebesar 58,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Tokopedia memiliki kualitas pelayanan yang unggul dengan rata-rata skor 4,10, yang menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap e-commerce tersebut sangat baik. Faktor-faktor seperti kemudahan transaksi, pengiriman produk, dan transparansi informasi promosi turut berkontribusi pada kualitas pelayanan Tokopedia. Pelayanan yang baik ini dapat meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja online di Tokopedia. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pipih Sopiyan (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-wallet Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Tokopedia di Kemayoran Jakarta Pusat)

Hasil dari uji hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan penggunaan e-wallet terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat). Hal ini dibuktikan dengan hal tersebut dibuktikan dari nilai t hitung (7,444) > t tabel (1,976) sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima atau terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan penggunaan e-wallet (X_2) secara parsial terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat) (Y). Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai R Square sebesar 0,739. Sehingga, hal itu menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang signifikan antara kemudahan penggunaan e-wallet terhadap keputusan pembelian (studi kasus konsumen Tokopedia di Kemayoran Jakarta Pusat) sebesar sebesar 54,6% dan sisanya sebesar 45,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Penggunaan e-wallet di Tokopedia mempermudah proses pembayaran, membuat transaksi lebih cepat dan efisien. Konsumen tidak perlu memasukkan detail kartu kredit atau debit setiap kali bertransaksi, yang mempercepat dan menyederhanakan proses pembelian. Tokopedia memiliki program loyalitas bernama TokoPoints, di mana konsumen bisa mendapatkan poin ini melalui berbagai aktivitas di platform, seperti melakukan transaksi dengan metode pembayaran tertentu. TokoPoints ini dapat ditukarkan untuk potongan harga atau produk digital, meningkatkan nilai dan pengalaman berbelanja bagi konsumen. Selain itu, integrasi akun Tokopedia dengan Gojek memungkinkan konsumen mengonversi TokoPoints menjadi GoPay Coins, yang dapat digunakan untuk berbagai transaksi di platform lain, menambah fleksibilitas dan kenyamanan bagi konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bunga Syafira Nugraha Sukmawati dan Cut Irna Setiawati (2023) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan E-wallet Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Tokopedia di Kemayoran Jakarta Pusat)

Hasil uji f (simultan) yang ditunjukkan dengan Nilai f_{hitung} (96,7579) > f_{tabel} (3,06) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima atau terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan E-wallet secara simultan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat). Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan E-wallet secara simultan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat) adalah sebesar 0,759. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa kuatnya hubungan kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan E-wallet secara simultan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat) tergolong kuat. Persentase variabel kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan menjelaskan keputusan pembelian adalah sebesar 57,7% dan sisanya sebesar 42,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Saat ini, Tokopedia menunjukkan perkembangan positif dalam kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan e-wallet, yang berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Kemayoran, Jakarta Pusat. Tokopedia menyediakan berbagai opsi e-wallet seperti OVO, GoPay, dan LinkAja, yang memungkinkan transaksi cepat dan mudah. Program loyalitas TokoPoints, yang dapat ditukarkan untuk potongan pembayaran atau produk digital, serta integrasi dengan Gojek yang memungkinkan konversi TokoPoints menjadi GoPay Coins, semakin meningkatkan kemudahan dan kepuasan berbelanja. Selain itu, inovasi seperti layanan gudang pintar dan Tokopedia Play turut memperkaya pengalaman berbelanja, yang secara langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Salma Aulia (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan E-wallet secara simultan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat), maka dapat disimpulkan yaitu : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat) yang dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,412 atau 41,2% sedangkan sisanya 58,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan penggunaan E-wallet secara parsial terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat) yang dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,546 atau 54,6% sedangkan sisanya 45,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan E-wallet secara simultan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat) yang dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,577 atau 57,7% sedangkan siswa 42,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran yaitu : perusahaan Tokopedia sebaiknya memperhatikan nilai terendah dalam rekapitulasi dari setiap variabel sebagai tolak ukur untuk evaluasi dan perbaikan di masa mendatang. Diharapkan Tokopedia dapat memperluas akses dan kecepatan respon melalui platform digital melalui sistem dukungan otomatis untuk merespons pertanyaan pelanggan dengan lebih cepat dan efektif. Tokopedia perlu menindaklanjuti penyebab dan faktor yang mempengaruhi pengalaman konsumen yang dapat mengurangi pembelian berulang guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan. Tokopedia dapat menyediakan tutorial yang jelas dan mudah diakses untuk meningkatkan pemahaman dan kenyamanan pengguna dalam menggunakan metode pembayaran e-wallet.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Efendi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bhinneka.Com Jakarta Pusat.
- Eti Rochaety, R. T. (2019). Metode Penelitian Bisnis : Dengan Aplikasi SPSS. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Haq, S. B. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Foodpedia Cempaka Putih (Jakarta Pusat).
- Kotler. (2019). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Subhi, I. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Nasi Goreng Bang Ocit Di Jakarta Utara.
- Yudana, E. (2022). Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Impor Samyang Ramen Pada Mahasiswa Institut Stiami (Studi Kasus Kampus Pusat Angkatan 2018).

Sumber Jurnal

- Setyoadi, M. A., & Rusyda, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Fitur Shopee Food Dalam Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Fitur Shopee Food Di Kota Bekasi). 4(1). Diakses pada tanggal 23 Januari 2024
- Suprpto, Y. W. (2023). Pengaruh lingkungan budaya terhadap implementasi bisnis skala internasional. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 10-23.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/3932> . Diakses pada tanggal 03 Juli 2024
- Toruan, E. P. (2022). Literature review faktor-faktor yang mempengaruhi e-commerce: bisnis, internet dan teknologi (literature review perilaku konsumen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 621-628. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/1101> Diakses pad atanggal 03 Juli 2024