



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA OLSHOP LAZADA (Studi Kasus Pada Warga Dusun I Desa Sukamulia
Dusun I Desa Sukamulia Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang)**

Sri Melati, Yayuk Yuliaana
Universitas Muslim Nusantara Al- Washliyah Medan
(Naskah diterima: 1 Juni 2021, disetujui: 30 Juli 2021)

Abstract

The purpose of this study was to analyze how the influence of service quality (X) on repurchase interest (Y) at Lazada Olshop (Case Study on Residents of Hamlet I Sukamulia Village, Pagar Merbau District, Deli Serdang Regency with a sample of 90 people. Data collection techniques used is to use a questionnaire given to each respondent. The data is processed using SPSS 20. The data analysis technique used is simple linear regression, the constant (a) is 11.517 while the simple regression coefficient (b) is 0.770 and it can be concluded that Service Quality has a positive influence on repurchase intention, which means that if the quality of service is increasing, the repurchase interest will increase by 0.770. Based on the t-test it is known that $t_{count} > t_{table}$ is $11.787 > 1.662$. Best Service Quality Against Repurchase Interest at Lazada Olshop (Case Study of Dusun I Residents of Sukamulia Village, Pagar Merbau District, Deli Serdang Regency), and the relationship was proven to be significant. From the results of the coefficient of determination (R square) it can be said that the service quality variable (X) has an effect on the variable of repurchase interest (Y) of 0.621 or with a percentage of 61.2% and the remaining 38.8% is influenced by other variables not examined by this research.

Keywords: Service Quality, Repurchase Interest

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap minat beli ulang (Y) Pada Olshop Lazada (Studi Kasus Pada Warga Dusun I Desa Sukamulia Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang dengan jumlah sampel sebanyak 90 orang. Teknik pengumpulan data yang kuesioner atau angket yang diberikan kepada setiap responden. Data diproses dengan menggunakan SPSS 20. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana diperoleh konstanta (a) sebesar 11,517 sedangkan koefesien regresi sederhana (b) sebesar 0,770 dan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Minat Beli Ulang. Yang artinya apabila Kualitas Pelayanan yang semakin meningkat, maka Minat Beli Ulang akan mengalami kenaikan sebesar 0,770. Berdasarkan uji t diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $11,787 > 1,662$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Pada Olshop Lazada (Studi Kasus Pada Warga Dusun I Desa Sukamulia Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang), dan hubungan tersebut terbukti signifikan. Dari hasil nilai

koefisien determinasi (R square) dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Minat Beli Ulang (Y) sebesar 0,621 atau dengan persentase 61,2% dan sisanya 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang

I. PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan teknologi sangat meningkat pesat. Salah satu perkembangan teknologi yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah internet. Berkembangnya teknologi informasi sekarang ini dapat memberikan jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Penggunaan internet tidak hanya dimanfaatkan sebagai lahan untuk mencari informasi saja melainkan juga dimanfaatkan sebagai lahan bisnis untuk melakukan transaksi perdagangan tanpa terikat ruang dan waktu. Menurut hasil *survey* yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indo-nesia (APJII), jumlah pengguna Internet di Indonesia pada awal 2021 sudah mencapai 202,6 juta jiwa dan jumlah ini meningkat 15,5% dari tahun 2020 atau setara dengan 73,7 persen dari total jumlah penduduk Indonesia.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan perkembangan situs belanja online yang terbilang cukup pesat, hal ini karena banyaknya olshop seperti Lazada.co.id, Tokopedia.co.id, Blibli.co.id, Bukalapak.co.id,

Shopee.co.id dan lain-lain. Lazada salah satu toko online yang populer di indonesia. Lazada.co.id adalah situs belanja online yang menawarkan berbagai macam jenis produk, mulai dari fashion, elektronik, buku, mainan, produk kecantikan, peralatan rumah tangga, serta perlengkapan *traveling* dan olahraga. Lazada merupakan bagian dari Lazada Group yang telah beroperasi di Singapura, Malaysia, Indonesia, Vietnam, Thailand Dan Filipina dengan Singapura sebagai lokasi kantor pusat mereka.

Lazada telah mengiklankan dan mempromosikan aplikasi mereka melalui media televisi maupun internet tujuannya agar konsumen dapat mengenalinya. Hal ini dikarenakan dengan banyaknya aplikasi yang dipromosikan tersebut konsumen dapat menyadari bahwa aplikasi belanja online yang mana yang dapat dipercaya sehingga dapat menimbulkan minat beli konsumen dan untuk menggunakan aplikasi untuk berbelanja online.

Minat beli merupakan kemungkinan konsumen akan membeli sebuah produk atau jasa. Sebuah peningakatan dalam minat beli

berarti peningkatan pada kemungkinan dilakukan pembelian. Ketika seseorang telah memiliki keyakinan dan kepuasan atas kualitas pelayanan dari produk yang telah dibeli, maka hal ini akan memunculkan preferensi atas pengalaman pembelian dan akan membuatnya berniat membeli ulang produk dimasa yang akan datang.

Salah satu hal yang harus diperhatikan oleh olshop lazada adalah kualitas pelayanan. Karena kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan olshop untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Apabila faktor tersebut dapat dirasakan oleh pelanggan maka akan muncul minat beli.

Dari data yang terlampir di *dailysocialid*, bisa dilihat bahwa pada tahun 2016 Lazada berada di urutan nomor 1 dalam kategori *Top Searched E-Commerce Brands*. Selain melihat *e-commerce* yang paling banyak dicari, menganalisa *e-commerce* dengan jumlah *visitor* bulanan terbanyak di tahun 2017.

Karena bagaimanapun, tujuan tiap pelaku bisnis *e-commerce* adalah mendapat pengunjung sebanyak mungkin untuk diarahkan jadi pembeli. Begitu juga pada tahun 2017, Lazada masih menduduki puncak pertama *ecommerce* yang paling dicari dan pengunjung terbanyak (<https://inet.detik.com-2019>).

Pada tahun 2018, Lazada tidak lagi menduduki peringkat puncak, tetapi menurun di peringkat ke 4 dalam kategori jumlah pengunjung dan *ecommerce* yang paling dicari setelah urutan pertama Shopee dengan presentasi 27%, Tokopedia dengan presentasi 22%, Bukalapak dengan presentasi 18% dan Lazada dengan presentasi 13%. (<https://www.kompasiana.com,2019>).

Berikut adalah data persaingan Toko *Online* di Indonesia dilihat dari pengunjung situs web bulanan Quartal IV tahun 2020 :

Nama <i>Online Shop</i>	Jumlah Pengunjung
Shopee	129,3 Juta
Toko Pedia	114,67Juta
Bukalapak	38,58 Juta
Lazada	36,26Juta
Blibli	22,41Juta
Orami	6,19Juta
Bhineka	4,44Juta
Ralali	4,33Juta
JD ID	4,16Juta
Sociola	3,09Juta

Sumber:<https://databoks.katadata.co.id/datapublic/2021/02/11/10-ecommerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv->

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa Lazada kini sudah tidak lagi menguasai pasar *e-commerce* dan tidak lagi diposisi puncak namun menurun keperingkat 4 dengan jumlah pengunjung sebanyak 36,26 juta, disusul dengan Bukalapak peringkat ketiga dengan jumlah pengunjung 38,58. Selanjutnya di peringkat kedua adalah Tokopedia dengan jumlah

lah pengunjung sebanyak 114,67 juta. Dan pengunjung web tertinggi yaitu Shopee dengan rata-rata kunjungan perbulannya sebanyak 129,3 juta. Shopee menguasai pasar *e-commerce* berdasarkan jumlah kunjungan bulanan pada kuartal IV-2020.

Selain itu, Shopee menduduki peringkat pertama di AppStore dan Playstore. Selain itu diungkapkan sebelumnya bahwa terdapat banyak sekali kasus yang terjadi di Lazada. Salah satu nya adalah pembeli di Lazada yang mengungkapkan perasaan kecewa karena kualitas pelayanan di Lazada yang tidak memuaskan. Kekecewaan tersebut berupa complain barang yang tidak sesuai dan kualitas pelayanan atau respon yang lama dari para *seller*.

Karena hal tersebut di atas, maka peneliti termotivasi untuk meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang. Peneliti mencoba menganalisis apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli ulang.

II. KAJIAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Amstrong (2017:34) “Manajemen pemasaran adalah kegiatan perencanaan, pengawasan dan evaluasi yang berhubungan dengan proses memperkenalkan

produk atau jasa kepada khalayak ramai atau konsumen”. Di dalam suatu perusahaan manajemen pemasaran akan menjadi proses penetapan tujuan-tujuan pemasaran dan pelaksanaan aktivitas untuk memenuhi tujuan dalam peningkatan kualitas pelayanan.

Menurut Parasuraman (2014:56) kualitas pelayanan adalah sebagai pedoman dasar bagi pemasaran jasa, karena ini merupakan produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja juga yang akan dibeli oleh pelanggan. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

Pengertian kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono,2016) sehingga definisi kualitas pelayanan dapat artikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyatanya mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu

pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik karena konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik karena konsumen akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat bersaing dan bertahan untuk terus hidup.

Indikator *e service quality* (kualitas pelayanan) menurut Tjiptono (2011:254) yaitu:

1. Efisiensi
2. Realibilitas
3. *Fulfillment*
4. Privasi,
5. Daya Tanggap (*Responsiveeness*)
6. Kompensasi
7. Kontak (*Contact*).

Menurut Tjiptono dan fandy (2012:72 - 74), terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yaitu:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan
2. Ekspektasi pelanggan
3. Mengelola bukti kualitas layanan
4. Menjadi konsumen tentang layanan
5. Menumbuhkan budaya kualitas
6. Menciptakan *automating quality*

7. Menindak lanjuti layanan

2.2 Minat Beli Ulang

Minat beli ulang adalah bagian dari perilaku pembelian konsumen dimana kesesuaian antara performa dari produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan menghasilkan minat beli konsumen untuk mengkonsumsinya lagi dimasa yang akan datang.

Wijaya (2017:24), Minat pembelian ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menun-jukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Ketika seorang konsumen memperoleh respon positif atas tindakan masa lalu, dari situ akan terjadi penguatan, dengan dimilikinya pemikiran positif atas apa yang diterimanya memungkinkan individu untuk melakukan pembelian secara ulang.

Donni (2020:169) menyatakan bahwa konsumen melakukan pembelian ulang karena adanya suatu dorongan dan perilaku membeli secara berulang yang dapat, menumbuhkan suatu loyalitas terhadap apa yang dirasakan sesuai untuk dirinya.

Beberapa faktor utama yang mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan pembelian ulang adalah:

1. Faktor Sikologis (Teori stimulus Respon, Teori Kognitif, Teori Gestalt dan Teori Lapangan)
2. Faktor pribadi
3. Faktor Sosial

Menurut (Donni 2020:168) minat beli ulang dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional
- b. Minat referensial
- c. Minat preferensial
- d. Minat eksploratif

Penelitian Terdahulu

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Umar Bakti, Hairudin, Maria Septijantini Alie (2020) yaitu dimana kualitas pelayanan, produk dan harga sebagai variabel bebas dan minat beli ulang sebagai variabel terikat. Permasalahan penelitian terdahulu terletak pada kualitas pelayanan, produk dan harga dimana para customer lazada yang ada di daerah Bandar Lampung juga mengakui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan lazada kurang memuaskan, disamping itu produk dan harga yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen. dan hal itu juga terjadi dengan penelitian yang saya lakukan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan *seller* Lazada masih

kurang memuaskan (respon yang lama). Jadi dengan adanya penelitian yang telah dilakukan diharapkan akan dapat memberi saran kepada Lazada untuk lebih meningkatkan Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga agar dapat menimbulkan minat beli ulang.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deksriptif dengan pendekatan kuantitatif. menurut Sugiyono (2019:9) adalah “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Berdasarkan teori tersebut, penelitian deskriptif kuantitatif merupakan data yang diperoleh dari sampel populasi dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah warga Dusun I Desa Sukamulia Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil populasi yang mempunyai aplikasi Lazada pada

smartphonanya yaitu sebanyak 116 orang yaitu terdiri dari usia 15-45 tahun.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, pertimbangan yang ditetapkan adalah masyarakat pengguna aplikasi lazada.

Sedangkan teknik pengambilan sampel pada populasi penelitian ini adalah metode slovin dengan rumus:

$$n = \frac{N}{(1 + (N \cdot e^2))}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan jumlah populasi sebanyak 116 orang , dengan ukuran sampel yang digunakan dengan taraf kesalahan 5% adalah sebanyak 90 responden.

Sumber Data

1. Data Sekunder

Menurut sugiyono (2019:137)." Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, data primer diperoleh dari kuesioner yang dilakukan. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan oleh peneliti adalah angket (pengisian kuesioner) yang diberikan kepada masyarakat Dusun I Desa Sukamulia Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang Yang Menggunakan Olshop Lazada.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiono (2019:187). Data sekunder yaitu data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data dalam penelitian ini juga diperoleh dari penelitian terdahulu, literatur, dan jurnal yang berhubungan dengan permasalahan penelitian ini.

Berikut ini teknik analisis data penelitian ini:

1. Uji Kualitas Data

Uji kualitas kuesioner penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas untuk mengukur apakah data yang didapat setelah melakukan penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan (kuesioner) (Sugiyono 2019:185). Dalam penelitian ini sampel uji validitas 30 orang responden yang diambil dari pengguna Olshop lazada diluar dari populasi dan sampel penelitian dan mengguakan alat bantu SPSS versi 20.00.

Uji reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama (Sugiyono 2019:185).

Pengukuran reliabilitas dengan cara pengukuran sekilas saja dan uji statistik yang digunakan dan dipakai adalah *Cronbach Alpha*. Dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat utama untuk melakukan analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun uji asumsi klasik (Sugiyomo: 2019) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Normalitas.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2019:270), regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal suatu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program komputer yaitu SPSS versi 20.00 (*Statistical Package For Sosial Science*). Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi sederhana.

IV. HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner Dusun I Desa Sukamulia. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Likert.

Para warga yang ada Pada dusun I Desa Sukamulia Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang sebelum memutuskan untuk berbelanja dan melakukan suatu pembelian baisanya mereka selalu mempertimbangkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu toko, kemudian setelah mereka merasa nyaman dan dilayani dengan baik maka mereka akan terus melakukan pembelian ulang.

Hal ini sejalan dengan penelitian Arini Nur Safitri (2020) yang menyatakan bahwa Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai t-hitung lebih besar dari pada ttabel dengan nilai ($2,847 > 1,98498$) dengan probabilitas (0,005) lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang di lazada pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa di Yogyakarta. Lazada harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan karena konsumen akan nyaman dan terus membeli ulang apabila merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin baik kualitas pela-

yanan yang diberikan maka dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Pada penelitian ini, hasil uji regresi diperoleh nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X) bernilai positif sebesar 0,612. Dan diperoleh nilai $t_{hitung} = 11.787$ sedangkan nilai $t_{tabel} df = n-2$ ($df = 90 - 2 = 88$) pada taraf signifikan 5% (0,05), adalah 1,662 dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis (H_a) diterima, maka dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $11.787 > 1.662$. Sehingga dapat disimpulkan variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Minat Beli Ulang *Pada Olsop Lazada Pada Warga Dusun I Desa Sukamulia Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang* dan hubungan tersebut terbukti positif dan signifikan.

1) Uji Validitas

Hasil uji validitas melalui program SPSS versi 20.00 dengan menggunakan pearson (korelasi product moment) terhadap instrument penelitian diperoleh korelasi yang diuraikan pada tabel kriteria berikut:

Variabel	Nomor Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}
Kualitas Pelayanan (X)	P_1	0,605	0,361
	P_2	0,748	0,361
	P_3	0,705	0,361

Minat Beli Ulang (Y)	P_4	0,738	0,361
	P_5	0,632	0,361
	P_6	0,759	0,361
	P_7	0,605	0,361
	P_8	0,738	0,361
	P_9	0,632	0,361
	P_10	0,759	0,361
	P_1	0,681	0,361
	P_2	0,676	0,361
	P_3	0,627	0,361

Tabel diatas menjelaskan masing-masing indikator variabel mempunyai nilai *person correlation* $\geq 0,3$, berarti indikator / pernyataan layak digunakan untuk mengukur dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat serta akurat dan ternyata r_{hitung} item dari setiap pernyataan lebih besar dari r_{tabel} dengan demikian dapat dinyatakan signifikan atau valid.

2) Uji Reliabilitas

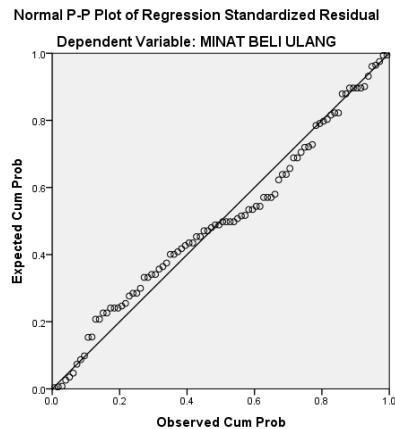
Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria Signifikan
Kualitas Pelayanan (X)	0,937	0,6
Minat Beli Ulang (Y)	0,911	0,6

Berdasarkan hasil uji reliabilitas penelitian ini, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,937

dan 0,911 lebih besar dari 0,6 yang mengatakan penelitian ini reliabel.

1. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Nomalitas



Berdasarkan gambar tersebut, nampak bahwa sebaran (pencaran) data berada di sekitar garis diagonal dan tidak ada yang terpancar jauh dari garis diagonal, sehingga asumsi normalitas dapat dipenuhi, sehingga data variabel dapat diuji. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dan minat beli ulang dapat tercapai pada Olshop Lazada.

3.1.1. Uji Regresi Linear Sederhana

Berikut ini tabel uji linear Sederhana:

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
1	(Constant)	11.517	2.184	.5.273 .000
	KUALITAS PELAYANAN	.770	.065	11.787 .000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil tersebut apabila dituliskan dalam bentuk *standarized* dari persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 11,517 + 0,770X + \epsilon$$

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang

X : Kualitas Pelayanan

ϵ : Error

Variabel kualitas pelayanan (X) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,770. Ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Ulang (Y)

3.1.2. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Parsial

Berikut ini Tabel Uji Hipotesis Parsial (Uji-t).

Model	Stand. Coefficients		T	Sig.
	Beta			
1	(Constant)		5.273	.000
	Kualitas Pelayanan	.782	11.787	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Berdasarkan Tabel Uji Hipotesis Parsial (Uji-t), maka diperoleh nilai $t_{hitung} = 11.787$ sedangkan nilai t_{tabel} df = n-2 (df = 90 -2 = 88) pada taraf signifikan 5% (0,05), adalah 1,662 dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis (Ha) diterima, maka dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $11.787 > 1,662$.

Uji Koefesien Determinasi

Berikut ini Tabel Uji Koefesien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.782 ^a	.612	.608	3.404
A. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				
B. Dependent Variable: Minat Beli Ulang				

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai regresi korelasi sebesar 0,782 artinya secara bersama-sama Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *Olshop lazada*, dan dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang adalah sebesar 0,612 atau dengan persentase 61,2 %. Dari hasil perhitungan Koefisien determinasi (R^2), dapat dijelaskan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh sebesar 61,2% terhadap Minat Beli Ulang pada *Olshop Lazada* pada Warga Dusun I Desa Sukamulia Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang sementara sisanya 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

V.KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil dan Pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil regresi linier sederhana maka dapat diketahui seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan(X)

dengan Minat Beli Ulang (Y), ini menunjukkan bahwa konstanta (a) sebesar 11,517 sedangkan koefesien regresi sederhana (b) sebesar 0,770 dan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Yang artinya apabila Kualitas Pelayanan meningkat sebanyak satu satuan, maka Minat Beli Ulang akan mengalami kenaikan sebesar 0,770.

2. Dari hasil analisis uji t, maka diperoleh nilai $t_{hitung} = 11,787$ sedangkan nilai t_{tabel} df = $n-2$ ($df = 90-2 = 88$) pada taraf signifikan 5% (0,05), adalah 1,662 dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis (H_a) diterima, maka dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $11,787 > 1,662$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Pada *Olshop Lazada* Pada Warga Dusun I Desa Sukamulia Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang dan hubungan tersebut terbukti positif dan signifikan.
3. Dari perhitungan Hasil uji determinasi (R^2) dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Ulang (Y) sebesar 0,612 atau dengan persentase

61,2% dan sisanya 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2017. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Arini Nur Safitri, 2020. Pengaruh *Brand Image*, Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lazada. Yogyakarta
- Belia Perwitasari Maharani, Dana Santoso Saroso, 2020. Analysis Of Service Quality An Empirical Study Of Customer Satisfaction In Information And Technology Service Companies. Jakarta.
- Bestio Putra Pratama, at al, 2021. Mediation Effect Of Customer Satisfaction From The Relationship Between System Quality, Information Quality, And Service Quality Towards Interests Of Tourist Visiting In East Java Park 3. Malang.
- Frenky Prathama, Wilma Laura Sahetapy, 2019. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen *E-Commerce* Lazada. Surabaya.
- Ida Bagus,Putra Pradnyana, I Gusti Ngurah Putra, 2021. Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen Suryanata. Denpasar.
- Internet:<https://databoks.katadata.co.id/datapublic/2020/09/21/peta-persaingan-e-commerce-indonesia-pada-kuartal-ii-2020>
- Kenny Jaya Adinata, 2018 Ni Nyoman Kerti Yasa, Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali Di Situs Lazada. Bali.
- Lupiyoadi, Rambat(2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta:Salemba Empat
- Novi Ariska, Tri Indra Wijaksana, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung). Bandung.
- Oryza Yudha, Nugroho Putra, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Pemediasi pada Bengkel Jolo Sejahtera Madiun. Madiun.
- Parasuraman, A. (2014) .The Behavioral Consequences Of Service Quality. New jersey : Prentice Hall.
- Priansah, Donni April, 2020.Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Salmaa Andrayeni, 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Di Pt Shabar Tour. Cirebon.

Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2012). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV. Andi offset

Umar Bakti, Hairudin, Maria Septijantini Alie, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayaan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. Lampung

Wahyuni, Hana. dkk. 2015. Pengendalian Kualitas : Aplikasi Pada Industri Jasadan Manufaktur Dengan Leans, Six Sigma, Dan Servqual. Yogyakarta : Graha Ilmu.