AL - MUHTARIFIN

**AL – MUHTARIFIN** : *Islamic Banking and Islamic Economic Journal*
E-ISSN: 2809-9699, P-ISSN: xxxx-xxxx
Volume 1 Issue 1, January 2022
Journal Page is available to:
http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/almuhtarifin/

# Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Deal Java (Survei Terhadap Mahasiswa FEBI UINSU Medan)

**Dini Safarina [1], Zuhrinal M. Nawawi [2], Juliana Nasution [3*]**

[1]Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
[2]Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
[3]Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

**ARTICLE INFO**

**Article history:**
Received December 27, 2021
Revised January 13, 2022
Accepted January 24, 2022
Available online January 25, 2022

**Keywords:**
*Product Quality, Company Image, Price, Customer Satisfaction*

**Paper type:** Research paper

**Please cite this article:** Safarina, D., Nawawi, Z, M., Nasution, J., "Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Deal Java (Survei Terhadap Mahasiswa FEBI UINSU Medan)" AL - MUHTARIFIN: Islamic Banking and Islamic Economic Journal [ONLINE}, Volume 1 Number 1 (January, 2022)

**Cite this document:**
**APA Style**

***Corresponding author**
e-mail: dinisafarinaa@gmail.com

**ABSTRACT**

E-Commerce has a very big impact in the business world, especially in the process of improving the company's marketing in order to achieve the company's own goals, such as having a strong appeal so that many individuals or organizations are interested in running this business. Now more and more online shops have sprung up or companies that sell various kinds of goods by simply creating a website. So the process of ordering goods is communicated via the internet. One of the E-Commerce researched is Deal Java. This study aims to determine the effect of consumer satisfaction factors such as Product Quality (X1), Company Image (X2), and Price (X3) on student satisfaction (Y) as Deal Java consumers. The research method used is quantitative with research results obtained from respondents as many as 98 students through data collection techniques in the form of observation and questionnaires. The data analysis method used is simple regression analysis, namely validity and reliability tests, classical assumption tests, and hypothesis testing. The results showed that product quality had no partial effect on consumer satisfaction. Company image and price partially have a significant positive effect on consumer satisfaction. Then, product quality, company image, and price simultaneously have a significant positive effect on consumer satisfaction.

Page: 81-95

**AL - MUHTARIFIN with CC BY license. Copyright © 2022, the author(s)**

***Abstrak:*** E-Commerce memiliki dampak yang sangat besar dalam dunia bisnis, terutama dalam proses penyempurnaan marketing perusahaan demi mencapai tujuan perusahaan itu sendiri, seperti memiliki daya tarik yang kuat sehingga banyak pribadi atau organisasi tertarik untuk menjalankan bisnis ini. Sekarang sudah semakin banyak bermunculan online shop ataupun perusahaan-perusahaan yang menjual berbagai macam barang dengan cara hanya membuat website. Jadi proses pemesanan barang dikomunikasikan melalui internet. Salah satu E- Commerce yang diteliti adalah Deal Java. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor kepuasan konsumen seperti Kualitas Produk (X1), Citra Perusahaan (X2) , dan Harga (X3) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) sebagai konsumen Deal Java. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan hasil penelitian yang diperoleh dari responden sebanyak 98 mahasiswa melalui teknik pengumpulan data berupa observasi dan kuesioner.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Citra perusahaan dan harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lalu, kualitas produk, citra perusahaan, dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
***Kata kunci:*** *Kualitas Produk, Citra Perusahaan, Harga, Kepuasan Konsumen*

## PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan penggunaan perangkat berbasis operasi sistem android sangat berkembang dengan pesat. Salah satunya adalah *mobile commerce*. *Mobile commerce* (*m commerce*) adalah perdagangan elektronik yang dilakukan dengan menggunakan telepon seluler untuk mengakses internet dan berbelanja kapan saja, di mana saja. Saat ini tersedia banyak jenis aplikasi pendukung untuk membantu masyarakat dalam proses belanja dan transaksi online.

Di Indonesia, pertumbuhannya semakin meningkat. Hal ini terus meningkat dan berdampak positif bagi produsen dan konsumen. *E-commerce* adalah suatu kegiatan atau kegiatan komersial yang dilakukan melalui internet. Penggunaannya melalui eksploitasi dan eksploitasi kemajuan teknologi untuk memungkinkan penggunanya melakukan aktivitas dan transaksi komersial seperti penjualan, pembelian dan lain-lain. *E-commerce* memiliki manfaat bagi penggunanya, alasannya memudahkan pengguna untuk membeli apa yang mereka inginkan tanpa harus keluar rumah. Contoh aplikasi *e-commerce* yang sedang berkembang di negara kita adalah aplikasi *Deal Java*. Menawarkan layanan pelanggan yang dapat kami tuju jika terjadi kesalahan transaksi dan keluhan lainnya. Kepuasan konsumen adalah hal terpenting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, sehingga tidak sedikit perusahaan yang bermitra dengan *platform* untuk memudahkan konsumen mereka dan menawarkan promosi yang menarik. Dengan kemajuan teknologi saat ini, banyak perusahaan telah menggunakannya untuk tujuan bisnis untuk mendukung kepuasan pelanggan. Peran *Deal Java* sebagai layanan periklanan *online* memiliki *tools* untuk menjalankan layanannya dalam bentuk aplikasi *mobile*.

Setiap aplikasi mobile harus memiliki kualitas dalam pengoperasiannya. mengacu pada kepuasan pelanggan karena kepuasan pelanggan merupakan indikator

keberhasilan atau kegagalan bisnis individu atau perusahaan, dan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Memasarkan produk baik secara *online* maupun secara langsung sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Bagi pelaku usaha, kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di mata konsumen. Apa yang penting. Dimana setiap perusahaan harus memiliki faktor ini, dengan itu perusahaan dapat bersaing di pasar. Semakin bertambah luas pemikiran konsumen dalam mempertimbangkan kualitas suatu produk yang akan ia pilih maka akan menjadi tuntutan bagi perusahaan untuk selalu memperbaiki kualitas produk yang mereka miliki.

Faktor kedua yang mempengaruhi adalah citra perusahaan. Citra perusahaan juga tidak kalah penting dengan performa produk. Fungsi penting dari faktor citra perusahaan yang baik dan bemutu adalah agar perusahaan dapat tetap bertahan dan sumber daya manusia yang dimililki perusahaan dapat terus mengembangkan kreativitas serta keberadaan perusahaan ini dapat memberikan manfaat bagi orang lain. Perusahaan diharapkan dapat menjelaskan secara jelas bagaimana cara perusahaan memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar sehingga dapat mengarahkan kosnumen untuk menilai bahwa perusahaan tersebut memiliki citra yang baik.

Faktor kepuasan konsumen yang ketiga adalah yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Peran harga tidak kalah penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada umumnya, konsumen cenderung lebih memilih produk berkualitas tinggi dengan harga yang lebih murah.

Kasus inilah yang masih sering terjadi di antara para konsumen. Dengan *Deal Java* ini, mereka bisa membeli *voucher* promosi suatu produk atau jasa yang lebih murah daripada biasanya. Terutama bagi mahasiswa yang sering menghabiskan waktunya diluar rumah baik untuk melakukan kerja kelompok dengan teman atau sekedar menghabiskan waktu luang. Maka dari itu peneliti melakukan pra penelitian ini dikalangan mahasiswa. Peneliti melakukan wawancara secara langsung pada 25 mahasiswa FEBI UINSU. Hasil wawancara pada pra penelitian ini dapat

di rangkum sebagai di dalam tabel di bawah.

**Tabel 1.** Hasil Pra Penelitian

| No | Jumlah Mahasiswa | Hasil Pra Penelitian |
|---|---|---|
| 1. | 15 Mahasiswa | Masih menggunakan aplikasi Deal Java |
| 2. | 7 Mahasiswa | Pernah menggunakan aplikasi Deal Java |
| 3. | 3 Mahasiswa | Tidak pernah menggunakan aplikasi Deal Java |

Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa alasan dari tujuh mahasiswa yang pernah menggunakan aplikasi *Deal Java* tetapi tidak menggunakannya lagi sekarang adalah pertama berkaitan dengan tempat yang ditawarkan dalam aplikasi kurang menarik bagi mereka, yang kedua berkaitan dengan kualitas produk yaitu aplikasi *Deal Java* seperti *voucher* yang dibeli tidak dapat digunakan pada hari yang sama dan terkadang produk di aplikasi ini tidak sesuai dengan yang ditampilkan pada iklannya. Ketiga berkaitan dengan citra perusahaan yang kurang baik di mata mahasiswa karena sebagian dari mereka pernah mengalami lamanya proses komplain yang ditanggapi oleh perusahaan. Terakhir berkaitan dengan harga yang ditawarkan dalam aplikasi *Deal Java* bisa dikatakan kurang terjangkau untuk kantong mahasiswa. Lalu, alasan dari tiga mahasiswa yang tidak menggunakan aplikasi *Deal Java* adalah mereka tidak atau belum pernah mendengar aplikasi ini sebelumnya. Kemudian, ada yang sudah tahu tetapi merasa belum membutuhkan aplikasi seperti ini untuk membeli beberapa produk seperti makanan, produk kecantikan, hingga tiket. Mereka masih lebih menyukai membeli langsung produk-produk tersebut daripada harus memesannya lewat aplikasi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kepuasan konsumen atau Mahasiswa FEBI UINSU dalam menggunakan aplikasi *Deal Java*. Variabel-variabel dalam penelitian dianalisis agar menghasilkan hasil yang akurat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana penelitian ini menggunakan data berupa angka atau pernyataan yang dianalisis dengan analisis statistik. Selanjutnya, data penelitian merupakan data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh para responden.

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa FEBI UINSU Angkatan 2016 yang masih menjadi mahasiswa aktif sebanyak 6.054 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode Slovin yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan rumus khusus. Dengan metode ini maka jumlah sampel yang diperoleh sebesar 98 responden.

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

$$n = \frac{6054}{1 + 6054\ (0{,}1)^2}$$

$$= \frac{6054}{61{,}54}$$

= 98,37 = 98 responden

Terdapat dua variabel utama yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen terdiri dari kualitas produk, citra perusahaan, dan harga. Sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen.

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu barang atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan merupakan gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan dari suatu produk.

**Tabel 2.** Indikator Kualitas Produk

| Variabel Penelitian | Indikator | Pernyataan |
|---|---|---|
| Kualitas Produk (X1) | *Performance* (Kinerja) | Produk pada aplikasi *Deal Java* sudah memenuhi kebutuhan konsumen. |
| | *Reliability* (Kehandalan) | Produk pada aplikasi *Deal Java* bekerja dengan baik dalam jangka waktu tertentu. |
| | *Features* (Keistimewaan) | Produk pada aplikasi *Deal Java* memiliki karakteristik tersendiri yang dapat menarik konsumen. |

Citra perusahaan adalah pandangan mengenai perusahaan yang dinilai oleh pihak eksternal perusahaan khususnya para konsumen.

**Tabel 3.** Indikator Citra Perusahaan

| Variabel Penelitian | Indikator | Pernyataan |
|---|---|---|
| Citra Perusahaan (X2) | *Personality* (Karakteristik Perusahaan) | Aplikasi *Deal Java* merupakan aplikasi yang bertanggung jawab terhadap konsumen. |
| | *Reputation* (Reputasi Perusahaan) | Saya memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi pada aplikasi *Deal Java*. |
| | *Value* (Nilai-Nilai Perusahaan) | *Deal Java* dikenal sebagai perusahaan yang menghargai konsumen. |

Harga adalah pernyataan nilai dari suatu produk. Harga sangat penting untuk menentukan apakah konsumen akan membeli produk tersebut dan harga mencerminkan kepuasan konsumen.

**Tabel 4.** Indikator Harga

| Variabel Penelitian | Indikator | Pernyataan |
|---|---|---|
| Harga (X3) | Kesesuaian Harga dengan Kualitas | Harga yang ditawarkan pada aplikasi *Deal Java* sudah sesuai dengan kualitas yang didapatkan oleh konsumen. |
| | Daya Saing Harga | Harga yang ditawarkan pada aplikasi *Deal Java* lebih terjangkau dibandingkan harga pada tempat lain. |
| | Potongan Harga | Potongan harga pada produk yang ditawarkan di aplikasi *Deal Java* memuaskan konsumen. |

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen terhadap pembelian atau pemakaian suatu barang atau jasa. Kepuasan konsumen menentukan berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya.

**Tabel 5.** Indikator Kepuasan Konsumen

| Variabel Penelitian | Indikator | Pernyataan |
|---|---|---|
| Kepuasan Konsumen (Y) | Kualitas Pelayanan | Saya tertarik untuk menggunakan aplikasi *Deal Java* karena kualitas pelayanannya yang baik. |
| | Harga | Saya menggunakan aplikasi *Deal Java* karena harga yang ditawarkan selalu promo. |
| | Mutu Produksi | Salah satu mutu produk dari layanan *Deal Java* adalah mempermudah urusan saya dengan harga yang sangat terjangkau dan membuat saya tertarik menggunakannya. |
| | Strategi Pemasaran | Strategi pemasaran yang digunakan oleh *Deal Java* melalui media sosial membuat saya tertarik menggunakan layanan *Deal Java*. |

Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Sebelumnya juga akan dilakukan uji pada data yang diproleh agar dapat memastikan bahwa data tersebut adalah data yang terbebas dari masalah regresi. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji asumsi klasik di antaranya seperti uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas. Untuk menguji kebenaran pernyataan secara statistik

dan untuk menarik kesimpulan apakah hipotesis diterima atau ditolak maka harus dilakukan uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial (t), uji simultan (F), dan uji koefisien determinasi ($R^2$).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan utama penelitian adalah untuk menganalisis kepuasan konsumen dalam menggunakan *Deal Java* serta mengetahui berapa besar pengaruh variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan seperti kualitas produk, citra perusahaan, dan harga terhadap aplikasi *Deal Java* dimana mahasiswa FEBI UINSU Angkatan 2016 sebagai konsumen. Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti akan merangkum deskripsi data pada penelitian yang digunakan. Deskripsi data penelitian terdiri dari data jenis kelamin dan usia responden yang diperoleh dari hasil pembagian dan pengisian kuesioner.

**Tabel 6.** Jenis Kelamin Mahasiswa FEBI UINSU Angkatan 2016

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Laki-laki | 30 | 30,6% |
| Perempuan | 68 | 69,4% |
| **Total** | **98** | **100%** |

**Tabel 7.** Usia Mahasiswa FEBI UINSU Angkatan 2016

| Usia | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| 20-21 tahun | 14 | 14,3% |
| 22-23 tahun | 84 | 85,7% |
| **Total** | **98** | **100%** |

Pengujian instrumen meggunakan 2 uji, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Untuk uji validitas, penelitian ini menggunakan N (jumlah sampel) sebanyak 98 responden. Dengan nilai df = 96, hasil ini diperoleh dari pengurangan jumlah sampel dan 2 (df = N – 2). Dapat dilihat pada r tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 uji dua arah bahwa besarnya nilai $r_{tabel}$ pada df = 96 adalah 0,1986.

Pada Tabel 8 di bawah, jika dibandingkan nilai $r_{tabel}$ dengan nilai $r_{hitung}$, maka dapat disimpulkan bahwa data yang terdapat dalam penelitian valid. Ini disebabkan nilai $r_{hitung}$ lebih besar dari nilai $r_{tabel}$ (0,1986). Variabel Kualitas Produk (X1) memperoleh nilai $r_{hitung}$ sebesar 0,794. Variabel Citra Perusahaan (X2) memperoleh nilai $r_{hitung}$ sebesar 0,892. Variabel Harga (X2) memperoleh nilai $r_{hitung}$ sebesar 0,784. Lalu yang terakhir, variabel Kepuasan Konsumen (Y) mendapatkan nilai $r_{hitung}$ sebesar 0,931.

**Tabel 8.** Uji Validitas

**Item-Total Statistics**

| | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|
| Kualitas Produk | .930 |
| Citra Perusahaan | .927 |
| Harga | .936 |
| Kepuasan Konsumen | .931 |

Lalu, uji kedua yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana pengukur menunjukkan akurasi dan konsisten dari beberapa pernyataan yang sudah dibentuk. Untuk menguji reliabilitas dapat digunakan Metode *Cronbach Alpha* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket. Berdasarkan Tabel 9, dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh sebesar 0,936 yang dimana nilai ini lebih besar dari 0,06. Maka disimpulkan bahwa data penelitian reliabel.

**Tabel 9.** Uji Reliabilitas

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .936 | 17 |

Untuk uji asumsi klasik pada penelitian ini digunakan empat uji. Uji pertama yaitu uji normalitas yang digunakan dengan melihat berdasarkan Uji Kolmogorov Smirnov (KS), grafik histogram. Uji Kolmogorov Smirnov (KS) digunakan untuk melihat apakah suatu data dapat dikatakan normal atau tidak. Pada Tabel 10 dapat disimpulkan bahwa data penelitian terdistribusi normal.

**Tabel 10.** Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|---|---|---|
| N | | 98 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .99688820 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .133 |
| | Positive | .128 |
| | Negative | -.133 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1.317 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .062 |

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Untuk uji autokorelasi, penelitian ini menggunakan Durbin Watson sebagai metode. Dengan nilai α sebesar 0,05 dengan n sebesar 98 responden serta k sebesar 3, maka sesuai tabel *Durbin-Watson* diperoleh nilai dL = 1,6086 dan dU = 1,7345. Lalu nilai (4 – dL) = 2,3914 dan (4 – dU) = 2,2655. Berdasarkan Tabel 11, nilai d (*Durbin-Watson*) sebesar 2,074. Maka disimpulkan tidak terjadi autokorelasi, karena dU < d < (4 – dU) atau 1,7345 < 2,074 < 2,2655.

**Tabel 11.** Uji Autokorelasi

**Model Summary[b]**

| Model | Durbin-Watson |
|---|---|
| 1 | 2.074 |

Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Citra Perusahaan
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Untuk hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 12 di bawah. Variabel Kualitas Produk (X1) mendapatkan nilai *tolerance* sebesar 0,370 dimana nilai ini lebih besar dari 0,10. Nilai VIF yang diperoleh sebesar 2,702 dimana nilai ini lebih kecil 10,00. Sehingga tidak terjadi multikolinearitas pada variabel X1. Variabel Citra Perusahaan (X2) mendapatkan nilai *tolerance* sebesar 0, 295 dimana nilai ini lebih besar dari 0,10. Nilai VIF yang diperoleh sebesar 3,391 dimana nilai ini lebih kecil 10,00. Sehingga tidak terjadi multikolinearitas pada variabel X2. Variabel Harga (X3) mnedapatkan nilai *tolerance* sebesar 0,546 dimana nilai ini lebih besar dari 0,10. Nilai VIF yang diperoleh sebesar 1,832 dimana nilai ini lebih kecil 10,00. Sehingga tidak terjadi multikolonearitas pada variabel X3.

**Tabel 12.** Uji Multikolinearitas

**Coefficients[a]**

| Model | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|
| | Tolerance | VIF |
| (Constant) | | |
| Kualitas Produk | .370 | 2.702 |
| Citra Perusahaan | .295 | 3.391 |
| Harga | .546 | 1.832 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Tabel 13. Dijelaskan bahwa nilai signifikan variabel Kualitas Produk (X1) adalah 0,885. Variabel Citra Perusahaan (X2) adalah 0,382. Variabel Harga (X3) adalah 0,556. Maka disimpulkan tidak terdapat heterokedastisitas pada data penelitian karena nilai signifikansi setiap variabel bernilai lebih besar dari 0,05.

**Tabel 13.** Uji Heterokedastisitas

**Coefficients[a]**

| Model | | t | Sig. |
|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | 1.185 | .239 |
| | X1_2 | .146 | .885 |
| | X2_2 | -.878 | .382 |
| | X3_2 | -.591 | .556 |

a. Dependent Variable: ABS2

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tiga variabel X. variabel-variabel tersebut terdiri dari Kualitas Produk (X1), Citra Perusahaan (X2), dan Harga (X3). Berikut ini hasil uji regresi linier berganda

**Tabel 14.** Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 6.243 | .975 | |
| | Kualitas Produk | .042 | .123 | .038 |
| | Citra Perusahaan | .597 | .134 | .548 |
| | Harga | .216 | .081 | .242 |

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 6.243 | .975 | |
| | Kualitas Produk | .042 | .123 | .038 |
| | Citra Perusahaan | .597 | .134 | .548 |
| | Harga | .216 | .081 | .242 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

**KK = 6,243 + 0,042KP + 0,597CP + 0,216H**

Berdasarkan persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 6,243. Berarti Kualitas Produk (X1), Citra Perusahaan (X2), dan Harga (X3) nilainya adalah 0, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 6,243. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) bernilai positif yaitu sebesar 0,042. Artinya bahwa setiap peningkatan Kualitas Produk (X1) sebesar 1%, maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,042%. Nilai koefisien regresi variabel Citra Perusahaan (X2) bernilai positif yaitu sebesar 0,597. Artinya bahwa setiap penurunan Citra Perusahaan (X2) sebesar 1%, maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,597%. Nilai koefisien regresi variabel Harga (X3) bernilai positif yaitu sebesar 0,216. Artinya bahwa setiap peningkatan Harga (X3) sebesar 1%, maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,216%.

Dalam menguji hipotesis, uji pertama yang dilakukan ialah uji parsial atau uji statistik t. Untuk melakukan proses pengujian hipotesis maka terlebih dahulu mengetahui besarnya nilai $t_{tabel}$ yang akan digunakan. Dengan n sebesar 98 responden dan jumlah k sebesar 3 maka diperoleh nilali $t_{tabel}$ = 1,98552.

Pada Tabel 15 menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan variabel.

Citra Perusahaan (X2) dan variabel Harga (X3) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) secara parsial. Kualitas produk merupakan indikator yang digunakan untuk menilai tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi *Deal Java*. Pada umumnya jika kualitas dari suatu produk sangat baik maka akan memberikan dampak terhadap kepuasan konsumen yang kemudian menimbulkan minat beli produk tersebut kembali. Tetapi, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Diperoleh nilai

signifikansi 0,730 < 0,05 dan nilai $t_{hitung}$ 0,346 > $t_{tabel}$ 1,98552. Ini menunjukkan bahwa $H_{01}$ ditolak dan $H_1$ diterima. Hal ini disebabkan, menurut para mahasiswa masih terdapat keterbatasan dalam memilih produk di aplikasi *Deal Java*. Contohnya adalah mahasiswa hanya dapat membeli produk yang telah disediakan oleh pihak *Deal Java*. Hal ini membuat mahasiswa tidak bisa memilih produk lain yang mereka inginkan.

Citra perusahaan merupakan indikator kedua yang digunakan untuk menilai tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi *Deal Java*. Perusahaan yang memiliki citra baik di mata konsumen akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam hal ini *Deal Java*, dapat dikatakan sebagai perusahaan *e-commerce* yang memiliki karakteristik (*personality*), reputasi perusahaan yang baik (*reputation*), dan memiliki nilai (*value*). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, citra perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan nilai $t_{hitung}$ 4,456 > $t_{tabel}$ 1,98552. Ini menunjukkan bahwa $H_{02}$ diterima dan $H_2$ ditolak. Hal ini disebabkan menurut para mahasiswa *Deal Java* merupakan perusahaan *e-commerce* yang bertanggung jawab terhadap konsumen. Hal inilah yang menyebabkan *Deal Java* dianggap sebagai perusahaan yang berkarakter. *Deal Java* juga merupakan perusahaan yang memiliki reputasi yang baik sehingga mereka memiliki kepercayaan yang tinggi ketika menggunakan aplikasi tersebut. Dan terakhir, *Deal Java* disebut sebagai perusahaan yang memiliki nilai karena dikenal sebagai perusahaan yang menghargai konsumen. Perusahaan yang memiliki indikator seperti ini dapat memberikan tingkat kepuasan tersendiri bagi para konsumennya.

Harga merupakan indikator ketiga yang digunakan untuk menilai tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi *Deal Java*. Hal utama yang biasa dilihat oleh konsumen adalah harga, jadi jika perusahaan berani menawarkan harga yang terjangkau maka akan menarik minat beli konsumen. Apalagi jika harga dan kualitas produk yang ditawarkan sesuai maka konsumen akan merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan. Karena jika perusahaan menawarkan harga tinggi tanpa diimbangi kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, harga

berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Diperoleh nilai signifikansi 0,009 < 0,05 dan nilai $t_{hitung}$ 2,674 > $t_{tabel}$ 1,98552. Ini menunjukkan bahwa $H_{03}$ diterima dan $H_3$ ditolak. Hal ini disebabkan, menurut mahasiswa *Deal Java* menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas yang didapatkan. Selain itu, harga yang ditawarkan dalam aplikasi *Deal Java* lebih terjangkau jika dibandingkan dengan harga yang terdapat di tempat lain. Potongan harga yang didapatkan juga sangat memuaskan konsumen.

**Tabel 15.** Uji Parsial (t)

**Coefficients[a]**

| Model | T | Sig. |
|---|---|---|
| 1 (Constant) | 6.400 | .000 |
| Kualitas Produk | .346 | .730 |
| Citra Perusahaan | 4.456 | .000 |
| Harga | 2.674 | .009 |

*a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen*

Uji kedua yaitu uji simultan atau uji statistik F. Sebelum melakukan uji ini, maka terlebih dahulu untuk mengetahui besarnya nilai $F_{tabel.}$ Jumlah sampel (n) sebanyak 98 responden dan jumlah variabel bebas (k) sebesar 3, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

**df1 = jumlah variabel – 1 = 4 – 1 = 3**

**df2 = n – k – 1 = 98 – 3 – 1 = 94**

**$F_{tabel}$ = F (df1; df2) = F (3;94) = 2,70**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan secara simultan, diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan nilai $F_{hitung}$ 43,467 > $F_{tabel}$ 2,70. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, citra perusahaan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga $H_{04}$ diterima dan $H_4$ ditolak. Hal ini dapat disebabkan jika terdapat gabungan kualitas produk yang baik, citra perusahaan yang baik, serta harga produk yang terjangkau maka akan meningkatkan kepuasan konsumen secara maksimal. Jadi, jika *Deal Java* dapat meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki dan harga yang ditawarkan juga terjangkau maka mereka akan mendapatkan citra yang baik di mata konsumen sehingga konsumen akan tetap terus bertahan pada penggunaan aplikasi ini. Secara keseluruhan, jika indikator-indikator ini bekerja secara simultan maka akan berpengaruh baik pada kepuasan konsumen.

**Tabel 16.** Uji Simultan (F)

**ANOVA[b]**

| Model | | df | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 3 | 43.467 | .000[a] |
| | Residual | 94 | | |
| | Total | 97 | | |

**ANOVA[b]**

| Model | | df | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 3 | 43.467 | .000[a] |
| | Residual | 94 | | |
| | Total | 97 | | |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Citra Perusahaan
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji terakhir yaitu uji koefisien determinan. Pada tabel 17 dapat dilihat bahwa nilai R *square* yang diperoleh sebesar 0,581 atau 58,1%. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1), Citra Perusahaan (X2), dan Harga (X3) hanya berpengaruh sebesar 58,1% terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan sisanya sebesar 41,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

**Tabel 17.** Uji Koefisien Determinasi ($R^2$)

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .762[a] | .581 | .568 | 1.013 |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Citra Perusahaan
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian data yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian untuk variabel kualitas produk (X1) maka diperoleh nilai signifikansi 0,730 < 0,05 dan nilai $t_{hitung}$ 0,346 > $t_{tabel}$ 1,98552. Artinya bahwa variabel kualitas produk (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini disebabkan, menurut para mahasiswa masih terdapat keterbatasan dalam memilih produk di aplikasi *Deal Java*.

Berdasarkan hasil pengujian untuk variabel citra perusahaan (X2) maka diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan nilai $t_{hitung}$ 4,456 > $t_{tabel}$ 1,98552. Artinya bahwa variabel citra perusahaan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini disebabkan menurut para mahasiswa *Deal Java* merupakan perusahaan *e-commerce* yang sudah memenuhi beberapa indikator dari citra perusahaan yaitu memiliki karakteristik (*personality*), reputasi yang baik (*reputation*), dan memiliki nilai (*value*).

Berdasarkan hasil pengujian untuk variabel harga (X3) maka diperoleh nilai signifikansi 0,009 < 0,05 dan nilai $t_{hitung}$ 2,674 > $t_{tabel}$ 1,98552. Artinya bahwa variabel harga (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini disebabkan menurut

mahasiswa *Deal Java* menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas yang didapatkan.

Berdasarkan hasil pengujian untuk variabel kualitas produk (X1), citra perusahaan (X2), dan harga (X3) maka diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan nilai $F_{hitung}$ 43,467 > $F_{tabel}$ 2,70. Artinya bahwa variabel kualitas produk (X1), citra perusahaan (X2), dan harga (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini disebabkan jika *Deal Java* dapat meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki dan harga yang ditawarkan juga terjangkau maka mereka akan mendapatkan citra yang baik di mata konsumen sehingga konsumen akan tetap terus bertahan pada penggunaan aplikasi ini.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing I dan II serta pihak kampus yang telah membimbing dan memberikan arah kepada peneliti selama melakukan penelitian. Peneliti juga mengucapkan terimakasih pada keluarga dan teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan mendukung peneliti selama menyusun penelitian ini.

## REFERENSI

Aco, A., & Endang,A.H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Insypro*, *2* (1), 1-13.

Afnina, & Hastuti,Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *9* (1), 21-30.

Amanah, D. (2010). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk dan *Cake Shop* Cabang H.M Yamin Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, *2* (1), 71-87.

Apriyanti, P., et. al. (2017). Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, *1* (2): 159-166.

Kasmawi, et.al. (2019). Aplikasi Jual Beli Online Produk Usaha Kecil

dan Menengah Berbasis Android. *Jurnal Instek, 4* (1),

Kurriwati, N. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Trunojoyo, 1* (1), 48-55.