

**ANALISIS KUALITAS PRODUK APLIKASI WEBSITE E-COMMERCE DIGWAI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PT. DIGITAL WEBSITE APLIKASI INDONESIA DI BANJARMASIN)**

Abdi Isjaya Marpaung
Email : abdibanjar556@gmail.com/ No.Hp : 087845136110

ABSTRAK

Abdi Isjaya Marpaung NPM 15.31.0259 dibawah bimbingan Dosen Ibu Aida Vitria dan . Kurniaty skripsi yang berjudul Analisis Kualitas Produk Aplikasi Website E-Commerce Digwai Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pt. Digital Website Aplikasi Indonesia Di Banjarmasin). Pt. Digital wesite aplikasi Indonesia adalah salah satu badan usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan barang dan jasa, usaha yang dijalankan Pt. Digital wesite aplikasi Indonesia ini adalah pembuatan aplikasi website. Permasalahan yang diteliti pada penelitian ini adalah menganalisis bagaimana kualitas produk pada aplikasi digwai dan hal apasaja yang mendasari atau mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut. Untuk mengumpulkan data-data, penulis menggunakan teknik Penelitian pustaka, Penelitian lapangan, Kuesioner dan menganalisis data yang didapat dari berbagai teori. Analisis yang dilakukan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap persentase penilayan pelanggan terhadap kualitas produk dan mengetahui variabeln mana yang memiliki hubungan yang signifikan atau memiliki dampak yang positif terhadap variabel kepuasan pelanggan untuk meningkatkan dayasaing produk pada perusahaan, Strategi yang dapat diterapkan adalah dengan menjaga retensi produk dan jassa mampu meningkatkan daya tarik dan mampu mempertahankan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Abdi Isjaya Marpaung NPM 15.31.0259 under the bombing of Lecturer Ms. Aida Vitria and. Kurniaty thesis entitled Product Quality Analysis of E-Commerce Website Applications Used on Customer Satisfaction (Study of Pt. Digital Website Application Indonesia in Banjarmasin). Pt. Indonesian Wesite Digital application is one of the business entities engaged in the trade of goods and services, the business run by Pt. Indonesian Wesite Digital application is a website application creation. The problem examined in this study is analyzing how the quality of the product in the application is used and what things underlie or influence customer satisfaction. To collect data, the author uses library research techniques, field research, questionnaires and analyzes data obtained from various theories. The analysis was conducted to find out customer perceptions of the percentage of customer service to product quality and to know which variables have a significant relationship or have a positive impact on customer satisfaction variables to improve product competitiveness in the company. The strategy that can be applied is to maintain product retention and mass able to increase attractiveness and be able to maintain customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Melihat kondisi perekonomian sekarang di Indonesia yang semakin maju, kebutuhan masyarakat mulai bertambah banyak, hal inilah yang menjadikan kompetisi antar perusahaan perusahaan dalam memasarkan produknya. Dalam menyikapi kondisi seperti ini perusahaan harus mempunyai strategi yang dapat menciptakan loyalitas konsumen atau konsumen, salah satunya dengan meningkatkan kualitas agar konsumen merasa puas dengan produk tersebut, sehingga akan menciptakan loyalitas konsumen.

Pada era globalisasi di saat kompetisi di bidang usaha semakin ketat, perusahaan perusahaan harus mempunyai strategi pertahanan untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas produk dan jasa yaitu waktu penyerahan lebih cepat, layanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya, dan empati yang tinggi kepada konsumen agar bisa ikut dalam persaingan. Dimana hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa informasi produk atau layanan berpengaruh terhadap reputasi dan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya reputasi dan kepuasan akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

1. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembelian dimana produk yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara prestasi atau hasil yang dirasakan. 2. Kualitas jasa ini mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pemasar dapat meningkatkan kualitas jasa untuk mengembangkan loyalitas konsumen. 3. Citra didefinisikan sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seorang terhadap suatu objek. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut.

E-commerce (*electronic commerce*) juga memiliki pangsa pasar yang luas karena banyaknya pengguna internet yang semakin lama semakin banyak digunakan oleh khalayak luas baik pemerintah maupun masyarakat umum, *pengertian dari e-commerce* atau *electronic commerce* adalah suatu konsep yang menjelaskan proses pembelian, penjualan dan pertukaran produk, service dan informasi melalui jaringan komputer yaitu internet

(Turban, 2002). Ecommerce dapat menciptakan pasar yang potensial terhadap telekomunikasi dunia secara visual melalui homepage website atau *world wide web* (WWW) yang di kembangkan pertama kali oleh arpa net (*Advanced Research Projects Network*). WWW pertama kali di rancang oleh laboratorium CERN (*Conseil European pour la Recherche Nucleaire*) di jenewa tahun 1991 dan di kendalikan W3 Organization yang juga berpusat di CERN (Chandra, 2001).

Perkembangan teknologi informasi yang semakin hari semakin pesat berdampak pada perilaku informasi kebanyakan orang, kebutuhan informasi yang lebih cepat dan murah tentunya menuntut para pemberi informasi untuk memiliki sebuah media online, dimana informasi yang disajikan bisa dengan mudah dan cepat di dapatkan oleh konsumen informasi.

Media informasi online ini tiada lain adalah sebuah website, di dalam website kita bisa menempatkan banyak informasi yang ingin kita publikasikan, dengan demikian akan banyak orang menemukan informasi yang mereka butuhkan.

Menurut sebuah survey, rata-rata pertumbuhan e-commerce sekitar 25 persen per tahun. Sebanyak 81persen usaha berskala kecil yang memiliki bisnis online selama tahun sebelumnya memperoleh pelangganbaru, yang memicu peningkatan penjualan dan profit. Sebanyak 30 persen usaha kecil yang menjalankanusahanya melalui website dan memiliki kurang dari 20 pegawai kini mendapat lebih dari 25 persenpendapatan secara online.

Menyadari akan berbagai hal diatas maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan kajian teori yang lebih mendalam mengenai Analisis Kualitas Produk Aplikasi Website E Commerce Digwai Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pt. Digital Website Aplikasi Indonesia di Banjarmasin)

Metode Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan beberapa metode dan tehknik penelitian guna mendapatkan data serta informasi yang diperlukan peneliti. Adapun penelitian yang digunakan penuls adalah sebagai berikut :1. Lokasi penelitian Penelitian dilaksanakan di kantor PT. Digital Website Aplikasi Indonesia alamat Jl. Lingkar Dalam Selatan Rt 21 Banjarmasin Selatan.

Jenis penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu : 1. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan melalui wawancara dengan direktur dan owner PT. Digital Website Aplikasi Indonesia. 2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh melalui studi dokumentasi dengan mempelajari berbagai tulisan melalui buku, internet dan skripsi yang berhubungan dengan penelitian.

Cara pengumpulan data ada dua yaitu:

1. Kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. (Kasiram (2008: 149) dalam bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif).
2. Observasi/wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung berhadapan dengan sumber informasi (yang diwawancarai), tetapi juga dapat dilakukan secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.
3. Populasi dan Sampel Populasinya adalah semua pelanggan yang menggunakan aplikasi website digwai dan yang menjadi sampel adalah 30 orang pengguna aplikasi website digwai.
4. Penelitian Pustaka yaitu suatu cara penelitian yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku literatur yang ada kaitannya dengan masalah yang akan dibahas, yaitu untuk mendapatkan kerangka teori yang relevan yang berhubungan dengan penelitian.
5. Angket (kuesioner) teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat

Kinerja (Performance)

No	Indikator	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Mudah menjadi terampil dalam menggunakan digwai	1	6	11	9	2
2	Tidak perlu keterampilan khusus untuk menggunakan digwai	6	5	22	0	0
3	Menganggap digwai mudah untuk digunakan	3	14	4	8	1

Fitur (Features)

No	Indikator	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Mudah mencari produk yang digunakan dari digwai	13	12	5	0	0
2	Informasi pemberian diskon menarik minat saya untuk membeli produk tersebut	14	10	6	0	0
3	Mudah menemukan produk berdasarkan katageri	12	10	8	0	0

pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan analisa terhadap data dan hasil kuesioner yang diperoleh dari responden, merupakan suatu hal yang penting mengetahui karakteristik responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini. Setiap responden memiliki karakteristik yang cenderung tidak sama, ini tentu berpengaruh pada penilaian atas atribut-atribut yang dinyatakan dalam kuesioner yang diberikan.

bahwa usia responden pada Pt. Digital Website Aplikasi Indonesia adalah kelompok usia antara 17 sampai dengan 25 tahun yaitu sebanyak 9 orang atau 30% dari total 30 responden. Umur 26 sampai 40 tahun ada sebanyak 13

orang atau 43,3% sedangkan sisanya adalah kelompok usia 41 tahun keatas sebanyak 8 yang menjadi responden atau 26,7%.

tingkat pekerjaan pelanggan yang menjadi responden pada Pt. Digital Website Aplikasi Indonesia adalah 6 responden atau 20% adalah pelajar atau mahasiswa, 3 responden atau 10% PNS, 7 responden atau 23,3% pegawai swasta, 12 responden atau 40% wiraswasta, sedangkan sisanya 2 responden atau 6,7% tidak bekerja (bekerja (ibu rumah tangga, pensiunan, pengangguran).

bahwa jenis kelamin pelanggan yang menjadi responden Pt. Digital Website Aplikasi Indonesia yaitu 21 responden atau 70% dan responden laki-laki sebanyak 9 responden atau sebesar 30%.

	tertentu di digwai					
4	Komentar-komentar pelanggan lainnya yang telah melakukan pembelian online menjadi acuan dalam pembelian online	16	7	7	0	0

Keandalan (*Reliability*)

No	Indikator	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Kestabilan dan ketahanan aplikasi sangat stabil	8	17	5	0	0
2	Kestabilan Konektivitas jaringan dari Client-server	7	15	8	0	0
3	Tingkat keamanan database pada aplikasi sangat terjamin	10	12	6	2	0

Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance*)

No	Indikator	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Fitur fitur yang tersedia di digwai sudah sesuai yang diinginkan	8	12	2	3	0
2	Tampilan menu aplikasi sesuai dengan yang diinginkan	3	15	12	0	0
3	Informasi tentang atribut produk seperti warna, ukuran, dan lainnya membantu untuk pembelian online	6	9	11	4	0

Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)

No	Indikator	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Menurut anda unlimited storage (penyimpanan) data sangat dibutuhkan	14	10	6		
2	Menurut anda harga Aplikasi digwai sesuai dengan kualitas yang diberikan	24	3	3	0	0
3	Menurut anda pemberian free hosting dan sub domain membantu	27	2	1	0	0
4	Menurut anda pemberian gratis maintenance (pemeliharaan) sudah dijalankan perusahaan	24	5	1	0	0

KUESIONER KEPUASAN PELANGGAN

No	Indikator	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya puas dengan informasi mengenai kualitas produk yang diberikan digwai	7	19	3	1	0
2	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh digwai	19	9	2	0	0
3	Saya merasa puas jika menggunakan produk-produk digwai	8	10	9	3	0
4	Konsumen lebih menyukai digwai daripada merek lain	10	12	4	3	1

Analisis deskriptif yang dilakukan berfungsi untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap persentase penilaian pelanggan dengan 21 pernyataan antara lain mengenai persepsi kemudahan menggunakan aplikasi digwai, Tingkat kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan mengenai harga aplikasi pada Pt. Digital website aplikasi Indonesia.

Berdasarkan data penelitian sebanyak 30 responden dalam persentase 100% terdapat tiga karakteristik yaitu karakteristik berdasarkan usia pelanggannya lebih dominan pada usia antara 26. tahun sampai usia 40 tahun yaitu sebesar 43,3 % atau 13 responden, sedangkan untuk tingkat pekerjaan, pelanggan pada Pt. Digital website aplikasi Indonesia yang persentasenya lebih besar adalah Wiraswasta sebesar 40% atau sebanyak 12 responden, dan untuk tingkat berdasarkan jenis kelamin pelanggan yang dominan yang membeli aplikasi digwai adalah perempuan yaitu sebanyak 21 responden atau sebesar 70% dibandingkan laki-laki yang hanya 9 responden atau sebesar 30 %.

Berdasarkan data primer diatas dapat diketahui bahwa variable yang kurang mendapatkan tanggapan responden terhadap pada Pt. Digital website aplikasi Indonesia adalah kinerja (*Performance*). Sebaliknya, diketahui pula variabel yang menjadikan para pelanggan menjadi puas pada produk aplikasi digwai pada Pt. Digital website aplikasi Indonesia yaitu kualitas (*percifed quality*) aplikasi digwai.

kualitas (*percifed quality*) memiliki tingkat kualitas kinerja produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Pt. Digital website aplikasi Indonesia yaitu berdasarkan 4 data kuesioner pertanyaan yang memiliki presentase yang tinggi yaitu pernyataan, sebesar 96,7 % yang menanggapi setuju ini terhadap pernyataan Menurut anda pemberian free hosting dan sub domain membantu, Menurut anda pemberian gratis maintenance (pemeliharaan) sudah dijalankan perusahaan sebesar 96,7%, menanggapi Menurut anda harga Aplikasi digwai sesuai dengan kualitas yang diberikan sebesar 90%, dan yang menanggapi Menurut anda unlimited storage (penyimpanan) data sangat dibutuhkan sebesar 90%. Dalam hal ini, disini dapat dipastikan bahwa untuk tingkat kualitas (*percifed quality*) unlimited storage (penyimpanan) data sangat dibutuhkan, anda harga Aplikasi digwai sesuai dengan kualitas yang diberikan , pemberian free hosting dan sub

domain membantu, dan pemberian gratis maintenance (pemeliharaan) sudah dijalankan perusahaan menjadi salah satu acuan yang sangat besar dalam membeli barang secara online di aplikasi digwai pada Pt. Digital website aplikasi Indonesia.

Fitur (*features*) juga memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan meliputi Mudah mencari produk yang digunakan dari digwai sebesar 83,3% yang menanggapi setuju, Informasi pemberian diskon menarik minat saya untuk membeli produk tersebut sebesar 80% menyatakan setuju, Mudah menemukan produk berdasarkan kategori tertentu di digwai sebesar 73,3%, Komentar-komentar pelanggan lainnya yang telah melakukan pembelian online menjadi acuan dalam pembelian online sebesar 76,7% menyatakan setuju maka dalam hal ini, bahwa fitur produk pada Pt. Digital website aplikasi Indonesia memiliki tingkat fitur produk yang bagus.

Dengan demikian, hal diatas telah menggambarkan bahwa dapat diketahui variabel mana yang memiliki dampak yang positif terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan daya saing produk pada perusahaan lain. Artinya dapat dijelaskan bahwa variabel-variabel dalam faktor kualitas produk sangat menunjukkan keunggulannya dalam pembentukan kepuasan pelanggan yang kuat, hal inilah yang harus tetap dipertahankan oleh pihak perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian analisis kualitas produk pada aplikasi digwai pada PT. Digital website aplikasi Indonesia berdasarkan data responden menunjukkan bahwa hasil kualitas produk sudah sangat bagus, pelanggan sudah bisa memiliki website berkualitas tinggi dengan harga yang murah tanpa harus melibatkan orang ketiga dan tanpa harus memiliki keahlian IT.

Berdasarkan hasil penelitian analisis indikator persepsi kualitas produk dan indikator kepuasan pelanggan pada PT. Digital website aplikasi Indonesia menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh keempat variabel tersebut yaitu *performance*, *features*, *reliability*, *conformance*, dan *perceived quality* artinya setiap peningkatan kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh nilai-nilai dan kualitas produk.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

Pihak PT. Digital website aplikasi Indonesia hendaknya masih memberkan perhatian yang lebih untuk variabel-variabel kinerja produk (*performance*), dan kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance*) agar Pt. Digital website aplikasi harus melakukan pelatihan pada konsumen cara membuat website karena konsumen masih banyak yang kesusahan dalam membuat website dan kesesuaian dengan spesifikasi sendiri Harus lebih ditingkatkan lagi pada aplikasi digwai.

Pihak perusahaan dalam melakukan usaha dirasakan perlu untuk melakukan usaha-usaha yang lebih intensif dalam rangka memenangkan pasar persaingan karna banyak aplikasi online shope yang gratis . Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah dengan menjaga retensi pelanggan dan memberikan edukasi pada masyarakat perbedan dan keunggulan aplikasi digwai dibanding merek lain.

Bagi penelitian selanjumya adapun beberapa Saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti yang tertarik untuk meneliti tentang kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, yaitu peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber dan referensi yang terkait kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi, dan diharapkan juga lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan dan juga hal lain yang berkaitan dengan penelitian agar dapat dilaksanakan lebih baik. Peneliti selanjutnya juga diharapkan ditunjang pula dengan wawancara dengan sumber yang berkompeten dalam kajian kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

Bagi diri sendiri, diharapkan dalam penelitian ini dapat menumbuhkan motivasi yang besar dan menyadarkan bahwa dalam berbisnis atau membuka sebuah usaha diperlukan untuk menganalisa pasar konsumen terlebih dahulu agar mengetahui faktor apa yang dapat menumbuhkan usaha atau bisnis agar dapat tetap hidup

DAFTAR PUSTAKA

<https://eprints.uny.ac.id/44485/1/09%20WARDAN%20WIDYASTUTI12511244035-PT%20Boga.pdf>

<http://repository.iainpurwokerto.ac.id/1147/>

Dr. H. M Alfani, SE., M.Si dan Fanila Prima Jaya, SE., MM (2017) Filsafat Ilmu Dan Metologi Penelitian, Banjarmasin

Arikunto, S. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pendek*, Rinika Cipta, Jakarta

Bchari Alma, 2013, *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*, AlfabetaBandung.

Dr. Hurriyanti Ratih, M,Si, 2010, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta CV Jakarta.

Manulung M., & Manulung M 2001. *Manajemen Sumber daya Manusia*. (edisi-1) Yogyakarta : BPF- Yogyakarta.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Manajemen 14th*. New, Pearson Prentica Hall Jersey.

Sutarto-cet.20,2002, *Dasar-dasar organisasi*,Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

Raymond McLeod, Jr., George P, Schell, 2007 *Managemen Informasi Sistem* edisi 10, Salemba empat, Jakarta Selatan

Manullung, 2012, *Dasar-dasar Managemen*, Penerbit Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

William J.Stanton, Michael J.Etzel & Bruce J.Welker, 1994 *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Cetakan 1, Mandar maju, Bandung