



Homepage Journal: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>

Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang di Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bungku Timur Kabupaten Morowali)

The Influence Of Customer Satisfaction and Trus on Repurchase Intention on Shopee (Case Study on The Community Of East Bungku District, Morowali District)

Sri Wanti^{1*}, Riska², Elimawaty Rombe³, Ira Nuriya Santi⁴

¹⁻⁴Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako Palu, Sulawesi Tengah

*Corresponding Author: E-mail: sriewanti97@gmail.com

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 18 June, 2024

Revised: 9 July, 2024

Accepted: 19 July, 2024

Kata Kunci:

Kepuasan;
Kepercayaan;
Minat Beli Ulang

Keywords:

Satisfaction;
Trust;
Repurchase Interest

DOI: [10.56338/jks.v7i7.5894](https://doi.org/10.56338/jks.v7i7.5894)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap minat beli ulang di Shopee (studi kasus pada Masyarakat Kecamatan Bungku Timur Kabupaten Morowali). Metode penarikan sampel dengan menggunakan metode nonprobability sampling tepatnya Sampling Purposive sebesar 60 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan kemudian di olah dengan menggunakan SPSS versi 25. Metode analisis yang digunakan merupakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan dan Kepercayaan secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang di Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bungku Timur Kabupaten Morowali). Kemudian Kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di shopee (studi kasus pada masyarakat kecamatan bungku timur kabupaten morowali) dan kepercayaan secara persial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli ulang di shopee (studi kasus pada masyarakat kecamatan bungku timur kabupaten morowali). Koefisien determinasi memperlihatkan nilai R Square sebesar 0.558 atau 55,8% dan sisanya sebesar 44,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam penelitian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of customer satisfaction and trust on repurchase interest in Shopee (case study in the Bungku Timur District Community, Morowali Regency). The sampling method uses a nonprobability sampling method, namely Purposive Sampling of 60 respondents. Data collection using a questionnaire, and then processed using SPSS version 25. The analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of the study show that Satisfaction and Trust simultaneously have a positive and significant effect on Repurchase Interest in Shopee (Case Study in the Bungku Timur District Community, Morowali Regency). Then Satisfaction partially has a positive and significant effect on repurchase interest in Shopee (case study in the Bungku Timur District Community, Morowali Regency) and trust partially has a positive but not significant effect on repurchase interest in Shopee (case study in the Bungku Timur District Community, Morowali Regency). The coefficient of determination shows an R Square value of 0.558 or 55.8% and the remaining 44.2% is explained by other variables not included in the study.

PENDAHULUAN

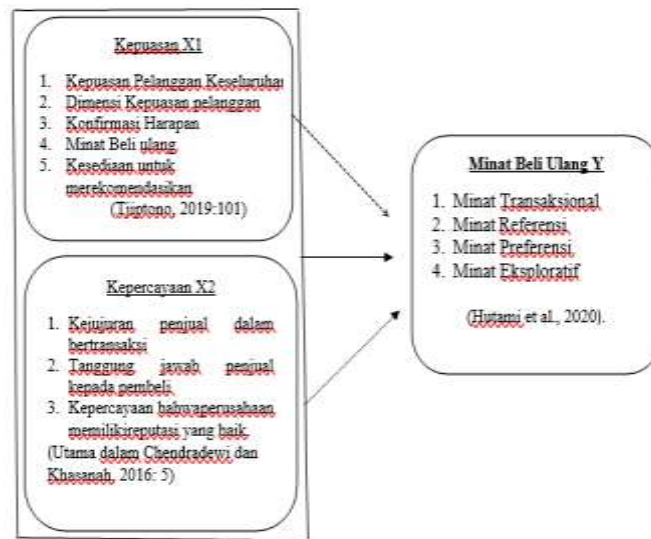
Menurut Nashar (2020:4) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabell dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (out come) sama atau

melampaui harapan pelanggan. Apabila barang yang dibeli oleh pelanggan kurang baik atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka akan mengurangi rasa puas bagi pelanggan.

Kepuasan menjadi salah satu alasan terhadap minat beli ulang pada Shopee di Kecamatan Bungku Timur, Kabupaten Morowali, hal ini dapat dilihat dari nilai mean tertinggi yaitu saya puas berbelanja di Shopee karena telah memenuhi harapan saya. Ketika pelanggan merasa telah terpenuhi harapannya saat berbelanja akan menimbulkan rasa puas tersendiri bagi pelanggan saat berbelanja ulang di Shopee. Selain itu, kepuasan dapat meningkatkan citra yang baik dalam benak konsumen, sehingga mereka lebih yakin dan percaya untuk melakukan minat beli ulang di Shopee.

Menurut Putranto (2022: 15) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen adalah suatu keyakinan, kepercayaan dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang suatu objek atau produk terkait berbagai atribut dan manfaatnya. Artinya apabila kepercayaan di tingkatkan maka minat beli ulang akan meningkat. Tetapi pada penelitian ini diperoleh hasil kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang di Kecamatan Bungku Timur Kabupaten Morowali, hal ini dapat di lihat dari indikator terendah yaitu “saya percaya saat berbelanja di Shopee karena mempunyai reputasi yang baik dari konsumen”, mengapa ini menjadi indikator terendah dikarenakan banyaknya komplek dari pelanggan yang mengatakan bahwa barang yang di pesan tidak sesuai dengan gambar. hal ini menjadi bukti bahwa pihak shopee harus lebih meningkatkan reputasi yang baik bagi pelanggan, karena kepercayaan akan menjadi pengaruh besar terhadap minat beli ulang pada Shopee di Kecamatan Bungku Timur Kabupaten Morowali.

Berikut skema kerangka pemikiran untuk mempermudah menganalisis seberapa besar pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap minat beli ulang di shopee (studi kasus pada masyarakat Kecamatan bungku timur kabupaten morowali).



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Berdasarkan skema kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : kepuasan dan minat beli ulang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di Shopee (study kasus pada masyarakat kecamatan bungku timur kabupaten morowali)

H2 : kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di Shopee (study

kasus pada masyarakat kecamatan bungku timur kabupaten morowali)

H3 : kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli ulang di Shopee (study kasus pada masyarakat kecamatan bungku timur kabupaten morowali)

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif dan kausal. Metode analisis yang digunakan untuk pengujian dan pembuktian hipotesis dengan metode deskriptif pendekatan kuantitatif dengan menggunakan Software Statistical Package For Sciences (SPSS) 25 dengan beberapa tahap untuk menganalisis data sebagai berikut: Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Normalitas, Uji Determinasi, Uji T (uji signifikansi pasial), Uji F (Uji Simultan).

HASIL DAN DISKUSI

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| No Item | r hitung | r kritis | Kesimpulan |
|--------------------------------------|----------|----------|------------|
| Variabel Kepuasan (X1) | | | |
| Item 1 | 0,976 | 0,30 | Valid |
| Item 2 | 0,976 | 0,30 | Valid |
| Item 3 | 0,579 | 0,30 | Valid |
| Item 4 | 0,976 | 0,30 | Valid |
| Item 5 | 0,8979 | 0,30 | Valid |
| Variabel Kepercayaan (X2) | | | |
| Item 1 | 0,891 | 0,30 | Valid |
| Item 2 | 0,891 | 0,30 | Valid |
| Item 3 | 0,579 | 0,30 | Valid |
| Variabel Minat Beli Ulang (Y) | | | |
| Item 1 | 0,631 | 0,30 | Valid |
| Item 2 | 0,385 | 0,30 | Valid |
| Item 3 | 0,777 | 0,30 | Valid |
| Item 4 | 0,777 | 0,30 | Valid |

Sumber: Pengolahan data SPSS

Berdasarkan Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner variabel kepuasan, kepercayaan dan minat beli ulang menunjukkan angka lebih besar dari 0,30. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan variabel kepuasan, kepercayaan dan minat beli ulang dinyatakan valid dan memenuhi syarat untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik Cronbach's Alpha (α). Suatu variable dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,60.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel Penelitian | Cronbach's Alpha | Alpha Tolerasi | Keterangan |
|----|-------------------------------|------------------|----------------|------------|
| 1. | Kepuasan (X ₁) | 0,962 | 0,60 | Reliabel |
| 2. | Kepercayaan (X ₂) | 0,886 | 0,60 | Reliabel |
| 3. | Minat Beli Ulang (Y) | 0,810 | 0,60 | Reliabel |

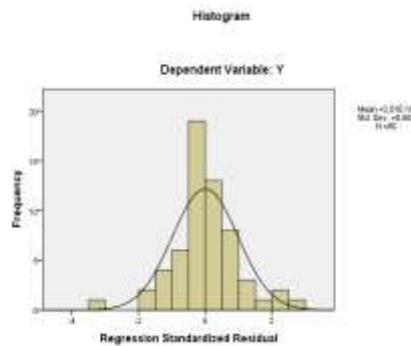
Sumber: Pengolahan data SPSS

Berdasarkan Hasil Uji Reliabilitas pada Tabel 2, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha masing-masing item pada variabel kepuasan, kepercayaan, dan minat beli ulang lebih besar dari 0,60, dengan demikian seluruh item butir pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan melalui metode grafik. (Ghozali, 2021:196).

Pendekatan Histogram Grafik

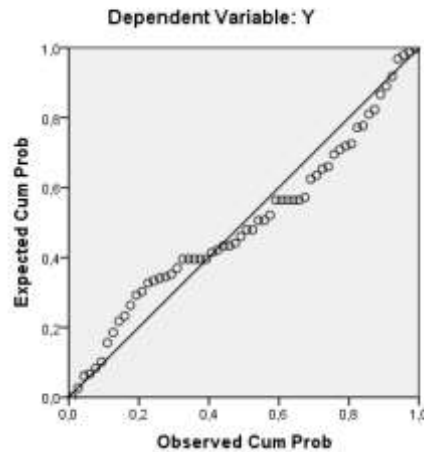


Gambar 2. Pengujian Histogram Normalitas

Sumber: Pengolahan data SPSS

Pada Gambar 2 terlihat bahwa variabel berdistribusi normal, hal ini ditunjukkan oleh distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan. Sedangkan pengujian normalitas dengan pendekatan grafik. PP plot akan membentuk plot antara nilai-nilai teoritis (sumbu X) melawan nilai-nilai yang didapat dari sampel (sumbu Y). Apabila plot keduanya berbentuk linier (dapat didekati oleh garis lurus), maka hal ini merupakan indikasi bahwa residual menyebar normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



GAMBAR 2. PENGUJIAN GRAFIK NORMALITAS

SUMBER: PENGOLAHAN DATA SPSS

Berdasarkan gambar 2 normalitas P_P plot penyebaran data disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Secara pendekatan histogram dan grafik dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas atau dapat dikatakan bahwa persyaratan normalitas data dapat terpenuhi.

Uji F (Uji Simultan)

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah variabel kepuasan (X 1) dan variabel kepercayaan (X2) secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli ulang (Y) dan nilai sig. Hal ini dapat dilihat dari table 4 yang diketetahi bahwa untuk probalitas sig $F=0,000 < a = 0,05$ dan hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan dan kepercayaan secara serempak berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli ulang di Shopee pada masyarakat kecamatan bungku timur kabupaten morowali.

Tabel 4. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Anova

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 181,110 | 2 | 90,555 | 35,976 | ,000 ^a |
| | Residual | 143,473 | 57 | 2,517 | | |
| | Total | 324,583 | 59 | | | |

a. Predictors: (Constant), X2, X1

KESIMPULAN

Kepuasan dan kepercayaan secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di Shopee. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di Shopee. Kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli ulang di Shopee

DAFTAR PUSTAKA

- Fina A'immatur Rifki, M.Ridwan Basalamah, dan Nurhidayah (2017) Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang di Shopee (Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan Tahun 2017). Jurnal Riset Manajemen. Vol.12, No.02.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., dan Keller, L. K. (2016). Marketing Management. 15th Global Edition.
- Reny Br Surbakti, Winda Evyanto (2023) Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Belanja Online Shopee di Batam. Jurnal Bina Manajemen, 11(2);219-233
- Sugiyono, (2019). Metode penelitian kuantitatif, kuantitatif R & D. cetakan ke 1 Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). "Pemasaran Jasa edisi Terbaru" Yogyakarta: Penerbit Andi.