



**PE PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI SHOPEE FOOD DI KOTA
CIMAHI**

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND EASY OF USE ON USER
SATISFACTION OF THE SHOPEE FOOD APPLICATION IN CIMAHI CITY***

Wala Erpurini¹⁾, Ardi Gunawan²⁾

email : werpurini@gmail.com email : ardigunawan6996@gmail.com

Universitas Nasional Pasim, Jl.Dakota No.8a,Bandung, Jawa Barat 40175,Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pengguna Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi. Populasi dalam penelitian ini adalah driver shopeefood di kota Cimahi, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Judgement sampling*. Desain penelitian menggunakan metode deskriptif dan metode asosiatif. Hasil penelitian analisis deskriptif menunjukkan skor rata-rata variabel kualitas pelayanan (X1) adalah sebesar 365 dikategorikan “baik”, dan variabel kemudahan penggunaan (X2) adalah sebesar 362 dikategorikan “baik”, serta variabel kepuasan pengguna (Y) adalah sebesar 351 dikategorikan “baik”. Untuk analisis asosiatif menggunakan, analisis regresi linear berganda. Hasil perhitungan pengaruh secara pasial dapat diketahuai variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna adalah sebesar 33,9% dan variabel kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna sebesar 46,4%. Hasil perhitungan nilai pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna secara simultan dapat dilihat nilai R square (R^2) adalah 0,803, maka koefisien determinasi (KD) sebesar $0,803 \times 100\% = 80,3\%$, hal ini berarti pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap fektivitas sistem informasi akuntansi adalah sebesar 80,3%, sedangkan sisanya 19,7% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pengguna

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring pesatnya kemajuan dalam bidang teknologi dan informasi saat ini yang turut berperan serta dalam berbagai banyak hal. Masyarakat semakin sering untuk memanfaatkan teknologi didalam kehidupan sehari-harinya. Masyarakat modern memanfaatkan gadget mereka untuk membantu kegiatan yang mereka lakukan. Misalnya dengan melakukan pemesanan melalui aplikasi online terhadap transportasi yang berbasis aplikasi. Peristiwa tersebut sudah menjadi sesuatu yang sering kita jumpai seperti di kota-kota besar termasuk di Kota Cimahi.

Di sisi lain, transportasi berbasis online ini juga menyisakan permasalahan memantik pro dan kontra di masyarakat, bagi yang kontra menganggap transportasi berbasis online ini ilegal karena tidak memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku tentang

lalu lintas dan angkutan jalan yang harus memiliki izin usaha yang dipersyaratkan sebagai perusahaan yang berbadan hukum. Titik awal yang menjadi perdebatan, berdasarkan ketentuan pasal 1 angka 21 UU. No. 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan menyatakan: “Perusahaan Angkutan Umum adalah badan hukum yang menyediakan jasa angkutan orang dan/atau barang dengan Kendaraan Bermotor Umum” (Warsito, 2017, hal. 408).

Transportasi berbasis online ini merupakan solusi yang tepat bagi masyarakat yang memiliki mobilitas sebagai aktivitasnya sehari-hari. Saat ini banyak bermunculan transportasi berbasis online di Indonesia seperti Grab, Gojek, Uber, Shopee Food, dan lain-lain (Sugiarsih, 2016, hal. 1).

Shopee Food merupakan salah satu aplikasi ojek online yang menarik untuk diteliti karena sedang meningkat pesatnya transaksi yang terjadi. Kegiatan utama Shopee Food Driver adalah mengantarkan pesanan makanan dan minuman. Layanan jasa transportasi online yang diberikan oleh Shopee Food driver menggunakan teknologi aplikasi sebagai sarana untuk memesan makanan maupun minuman, melakukan pembayaran secara tunai atau non tunai, dan petunjuk arah bagi pengguna dan pengemudi.

PT. Shopee Internasional Indonesia siap bersaing dengan perusahaan yang mempunyai fitur serupa seperti Gofood dan Grabfood di aplikasi lain, lalu mulai menjalankan operasionalnya pada bulan April 2020. Pada saat itu, ShopeeFood hanya melayani pembelian makanan beku, minuman ringan, aneka kue, serta makanan olahan saja. Namun, pada awal tahun 2021 ini, ShopeeFood mulai melayani pemesanan makanan-minuman yang bekerjasama dengan berbagai macam industri food and beverage dan menarik banyak mitra driver untuk mengantarkannya kepada konsumen. Strategi pemasaran berupa promo ini dilakukan untuk mengenalkan dan memperluas jangkauan fitur terbarunya kepada publik terutama di luar Jabodetabek.

Shopee mengadakan promo atau potongan harga yang cukup besar berupa voucher yang kemudian disebarluaskan melalui iklan di internet, media sosial, dan sebagainya. Potongan pembelian atau diskon merupakan pengurangan nilai harga atau hadiah distributor karena partisipasinya dalam program periklanan. Perubahan harga akan mempengaruhi reaksi konsumen yang bervariasi sesuai persepsi mereka tentang biaya prosuk dalam hubungannya dengan pengeluaran total mereka. Konsumen akan lebih sensitif terhadap harga yang membebani pikiran mereka (harga yang mahal) dan lebih menyukai harga murah di atas ekspektasi mereka.

Permasalahan ketidakpuasan pengguna aplikasi shopee food muncul dalam pelayanan dengan sistem aplikasi layanan driver shopee food. Berdasarkan hasil pengumpulan data dari berbagai media, berikut peneliti memaparkan fenomena masalah atau kendala dari aplikasi shopee food.

Keluhan pengguna aplikasi shopee food yang sering terjadi seperti berikut ini:

1. Maps yang tidak akurat
2. Pemberitahuan pesanan terlambat
3. Terjadi ngeblast saat hujan (penjemputan orderan terlalu jauh)
4. Maraknya penggunaan akun fake aplikasi
5. Kesulitan bersaing dengan driver yang menggunakan aplikasi mood

Fenomena yang ada, terlihat bahwa terdapat ketidakpuasan pengguna terhadap aplikasi shopee food yang membuat driver sebagai pengguna merasa tidak puas. Faktor pengguna aplikasi sangat penting untuk diperhatikan karena memiliki pengaruh yang sangat besar dalam menentukan sukses tidaknya suatu tujuan perusahaan. Sistem pelayanan yang diterapkan dapat berorientasi pada pengguna, artinya walaupun secara teknis pembangunan dikatakan baik, tanpa dukungan dari pengguna, sistem pelayanan tersebut akan mengakibatkan gagalnya penerapan kepuasan pengguna aplikasi.

Kepuasan dapat dikatakan sebagai perilaku karena pelanggan akan menggunakan suatu sistem atau produk secara berulang-ulang jika dia merasakan dan mendapatkan kepuasan dari sistem atau produk tersebut. Jika kinerja tidak sesuai harapan, konsumen tidak puas. Jika seperti yang diharapkan, konsumen merasa puas. Jika melebihi ekspektasi, konsumen sangat puas atau senang. (Kotler & Keller, 2012, hal. 153)..

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI SHOPEE FOOD DI KOTA CIMAHI.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan pada CV. Padmadata Lestari.
2. Bagaimana Kemudahan Penggunaan pada CV. Padmadata Lestari.
3. Bagaimana Kepuasan Pengguna pada CV. Padmadata Lestari.
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna pada CV. Padmadata Lestari.
5. Seberapa besar pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna pada CV. Padmadata Lestari.
6. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna pada CV. Padmadata Lestari

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, masalah-masalah yang dapat dirumuskan dan menjadi masalah utama dalam penelitian ini guna mencapai tujuan dalam penyusunannya, peneliti membatasi masalah yang akan dikemukakan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada pengguna aplikasi Shopee Food di wilayah Kota Cimahi.
2. Bagaimana kemudahan penggunaan aplikasi shopee food di wilayah Kota Cimahi.
3. Bagaimana kepuasan pengguna aplikasi shopee food di wilayah Kota Cimahi.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi shopee food di wilayah Kota Cimahi.
5. Seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna aplikasi shopee food di wilayah Kota Cimahi.
6. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna aplikasi shopee food di wilayah Kota Cimahi.

1.4 Landasan Teori

1.4.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014, hal. 282) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

1. Berdasarkan pendapat tersebut maka dimensi Kualitas Pelayanan (Tjiptono, 2014, hal. 282) yaitu:
2. Keandalan (*Reliability*).
3. Daya Tanggap (*Responsivines*).
4. Jaminan (*Assurance*).
5. Empati (*Emphaty*).
6. Bukti Fisik (*Tangibless*).

1.4.2 Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan adalah tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah system (Davis, 2019, hal. 30).

Dimensi Kemudahan Penggunaan (Davis, 2019, hal. 30) yaitu:

1. Mudah dipelajari (*easy to learn*)
2. Dapat dikontrol (*controllable*)
3. Mudah digunakan (*easy to use*)
4. Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)

1.4.3 Kepuasan Pengguna

Kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi (Kotler & Keller, 2016, hal. 153).

Dimensi Kepuasan (Kotler & Keller, 2016, hal. 153) yaitu:

1. Merekomendasikan kepada orang lain
2. Pelayanan sesuai harapan
3. Pengguna tidak pernah mengeluh
4. Menggunakan kembali

2. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif dan Asosiatif. Menurut Soedibjo (2017, hal. 7), Metode deskriptif adalah suatu penelitian untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih tanpa membuat suatu perbandingan atau dihubungkan dengan variabel lainnya. Metode penelitian Asosiatif yaitu metode yang digunakan untuk melihat hubungan antara dua atau lebih variabel (Soedibjo, 2013, hal. 8).

Penelitian ini bersifat cross-sectional. Cross-sectional adalah penelitian yang dilakukan dalam satu periode waktu tertentu seperti satu hari, satu minggu atau satu bulan untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan penelitian (Soedibjo, 2017, hal. 56).

2.2 Unit Analisis

Unit analisis adalah unit yang akan digunakan untuk menjelaskan atau menggambarkan karakteristik dari kumpulan objek yang lebih besar lagi (Soedibjo, 2017, hal. 50). Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisis adalah individu yaitu pengguna aplikasi shopee food (*driver shopee food*).

2.3 Populasi

Populasi adalah kumpulan dari subjek atau pengukuran dari masalah yang akan diteliti. Berdasarkan pendapat diatas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi shopee food (*driver shopee food*) yang jumlahnya tidak diketahui (Soedibjo, 2013, hal. 125).

2.4 Sampel

Populasi adalah kumpulan dari subjek atau pengukuran dari masalah yang akan diteliti. Berdasarkan pendapat diatas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi shopee food (*driver shopee food*) yang jumlahnya tidak diketahui (Soedibjo, 2013, hal. 125).

Sampel adalah subjek atau pengukuran yang diambil dari populasi (Soedibjo, 2013, hal. 125). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *judgement sampling*. *Judgement sampling* adalah bentuk suatu proses sampling dimana seorang ahli memilih sampel representatif berdasarkan pertimbangan pengetahuan yang dimilikinya (Soedibjo, 2013, hal. 138). Biasanya metode ini dilakukan oleh seseorang yang ahli dibidangnya dan memiliki pengetahuan yang luas tentang karakteristik populasi yang akan dikaji. Jadi dalam hal ini peneliti bebas memilih unit sampling yang dikehendakinya sepanjang memiliki gambaran yang sama dengan populasi (Soedibjo, 2013, hal. 138).

Dalam penelitian ini kriteria sampel yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Driver shopee food yang resmi.
- b. Minimal berusia 20 tahun ke atas dengan pertimbangan sudah berpengalaman lama menggunakan aplikasi shopee food.

Menurut Hatmawan & Riyanto (2020, hal. 13–14) perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lameshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow yaitu:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
 Z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96
 P = Maksimal estimasi = 0,5
 d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Alasan menggunakan rumus tersebut adalah karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95 persen (signifikansi 0,05) atau $Z = 1,96$ dan $d = 10$ persen (0,1). Maka jumlah penelitian ini sebagai berikut:

Melalui rumus diatas maka jumlah sampel yang diambil adalah:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ (dibulatkan = 100)}$$

Dengan demikian maka n yang didapatkan adalah 96,04 dibulatkan menjadi 100 orang sehingga pada penelitian ini ukuran atau jumlah sampelnya adalah sebanyak 100 responden.

2.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah informasi yang diperoleh pertama kali oleh peneliti menyangkut variabel yang menjadi tujuan utama penelitian (Soedibyo, 2017, hal. 108). Untuk mendapatkan jawaban dari responden, peneliti menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah sehimpunan pertanyaan yang telah dirancang terlebih dahulu dimana responden diberi alternatif pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapatnya (Soedibjo, 2017, hal. 114). Kuesioner ini menggunakan sistem tertutup, artinya responden diminta untuk membuat pilihan diantara jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur data kualitas pelayanan, data kemudahan penggunaan dan data kepuasan pengguna aplikasi shopee food dirver adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk melihat seberapa besar tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan mulai dari yang sangat tidak setuju hingga yang sangat setuju. Setiap tanggapan atau respon dari pernyataan diberikan skor

dengan 5 skala yaitu dimulai dari 1 untuk jawaban sangat tidak setuju sampai 5 untuk jawaban sangat setuju (Soedibjo, 2017, hal.70).

2.6 Operasional Variabel

Untuk lebih jelas tentang penelitian dari variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Konsep	Dimensi	Indikator	Skala	Item
Kualitas pelayanan	Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. (Tjiptono, 2014, hal. 282)	Keandalan (<i>Realibility</i>)	Kelengkapan aplikasi	Ordinal	1
			Keakuratan <i>Map</i>	Ordinal	2
		Daya Tanggap (<i>Responsivines</i>)	Informasi akurat	Ordinal	3
			Cepat Tanggap	Ordinal	4
		Jaminan (<i>Assurance</i>)	Jaminan keamanan	Ordinal	5
			Jaminan keselamatan	Ordinal	6
		Empati (<i>Emphaty</i>)	Menghargai pengguna	Ordinal	7
			Pesan ramah & sopan	Ordinal	8
		Bukti Fisik (<i>Tangibless</i>)	Tampilan bagus	Ordinal	9
			Kelengkapan fasilitas	Ordinal	10
Kemudahan Penggunaan	Kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah system (Davis, 2019, hal. 30).	Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>)	Aplikasi shopeefood driver mudah dipelajari	Ordinal	1
			Panduan aplikasi membantu mempelajari aplikasi	Ordinal	2
		Dapat dikontrol (<i>controllable</i>)	Aplikasi shopeefood driver dapat dikontrol dengan mudah	Ordinal	3
			Aplikasi shopeefood driver dapat diatur dengan mudah	Ordinal	4
		Mudah digunakan (<i>easy to use</i>)	Aplikasi shopeefood driver dapat digunakan dengan mudah	Ordinal	5
			Aplikasi shopeefood driver memudahkan pekerjaan	Ordinal	6
		Jelas dan dapat	Aplikasi shopeefood	Ordinal	7

		dipahami (<i>clear and understandable</i>)	driver jelas tampilannya	1	
			Aplikasi shopeefood driver mudah dipahami	Ordinal	8
Kepuasan Pengguna (Y)	Kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. (Kotler & Keller, 2016, hal. 153)	Merekomendasikan kepada orang lain	Keinginan menjadi pengguna tetap	Ordinal	1
			Beralih ke produk yang lebih baik	Ordinal	2
		Pelayanan sesuai harapan	Merekomendasikan kepada orang lain	Ordinal	3
			Merekomendasikan keunggulan	Ordinal	4
		Pengguna tidak pernah mengeluh	Pelayanan sesuai harapan	Ordinal	5
			Pelayanan lebih dari harapan	Ordinal	6
		Menggunakan kembali	Puas dengan aplikasi	Ordinal	7
			Membutuhkan aplikasi	Ordinal	8

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

a) Distribusi Frekuensi dan Pembobotan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 orang responden melalui penyebaran kuesioner. Berdasarkan distribusi frekuensi dan pembobotan dari masing-masing indikator pada variabel Kualitas Pelayanan maka diketahui datanya sebagai berikut:

Tabel 2 Kategori Penelitian

Nilai Bobot	Kategori
100 – 179	Tidak Baik
180 – 259	Kurang Baik
260 – 339	Cukup Baik
340 – 419	Baik
420 – 500	Sangat Baik

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan distribusi frekuensi dan pembobotan dari masing-masing indikator pada variabel Kualitas Pelayanan maka diketahui datanya sebagai berikut:

Tabel 3. Rekapitulasi Bobot Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Alternatif Jawaban, Frekuensi dan Bobot										Bobot Aktual	Kategori
	Aktual											
	SS (5)		S (4)		C (3)		TS (2)		STS (1)			
F	B	F	B	F	B	F	B	F	B			
Keandalan (Reliability)												

Pernyataan	Alternatif Jawaban, Frekuensi dan Bobot Aktual										Bobot Aktual	Kategori
	SS (5)		S (4)		C (3)		TS (2)		STS (1)			
	F	B	F	B	F	B	F	B	F	B		
Kelengkapan aplikasi mendukung untuk operasional kerja saya	5	25	61	244	34	102	0	0	0	0	371	Baik
Keakuratan <i>Map</i> sudah sesuai untuk pengambilan pesanan dan penerimaan pesanan	2	10	23	92	69	207	6	12	0	0	321	Cukup
Daya Tanggap <i>(Responsivines)</i>												
Informasi akurat dan mudah dimengerti oleh saya	6	30	63	252	32	93	0	0	0	0	375	Baik
Customer service cepat tanggap jika saya membutuhkannya	6	30	63	252	31	93	0	0	0	0	375	Baik
Jaminan <i>(Assurance)</i>												
Adanya jaminan keselamatan dijalan dari shopee	1	5	37	148	62	186	0	0	0	0	339	Cukup
Adanya jaminan keamanan data dan pesanan dari shopee	4	20	66	264	29	87	1	2	0	0	373	Baik
Empati <i>(Emphaty)</i>												
Shopee menjamin menghargai pengguna sehingga saya merasa dihargai	4	20	68	272	28	84	0	0	0	0	376	Baik
Shopee menjamin pelayanan yang ramah & sopan kepada saya	4	20	64	256	32	96	0	0	0	0	372	Baik
Bukti Fisik <i>(Tangibless)</i>												
Saya suka tampilan aplikasi bagus dan enak dilihat	4	20	64	256	32	96	0	0	0	0	372	Baik

Pernyataan	Alternatif Jawaban, Frekuensi dan Bobot										Bobot Aktual	Kategori
	Aktual											
	SS (5)		S (4)		C (3)		TS (2)		STS (1)			
F	B	F	B	F	B	F	B	F	B			
Fasilitas aplikasi lengkap dapat diandalkan oleh saya	4	20	69	276	27	81	0	0	0	0	377	Baik
Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan											365,1	Baik

Keterangan:

SS=Sangat Setuju, S=Setuju, C=Cukup, TS=Tidak Setuju, STS=Sangat Tidak Setuju, F=Frekuensi, B=Bobot

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan terdiri dari 10 pernyataan dengan nilai rata-rata bobot aktual sebesar 365,1, nilai tersebut termasuk kategori “Baik” karena berada pada interval 340 – 419. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh bahwa pernyataan yang memiliki skor aktual yang paling tinggi yaitu “Fasilitas aplikasi lengkap dapat diandalkan oleh saya” yaitu sebesar 377, sedangkan pernyataan yang paling rendah diperoleh pada “Keakuratan *Map* sudah sesuai untuk pengambilan pesanan dan penerimaan pesanan” yaitu memiliki skor sebesar 321.

Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

Berdasarkan distribusi frekuensi dan pembobotan dari masing-masing indikator pada variabel Kemudahan Penggunaan maka diketahui datanya sebagai berikut:

Tabel 4. Rekapitulasi Variabel Kemudahan Penggunaan

Pernyataan	Alternatif Jawaban, Frekuensi dan Bobot										Bobot Aktual	Kategori
	Aktual											
	SS (5)		S (4)		C (3)		TS (2)		STS (1)			
F	B	F	B	F	B	F	B	F	B			
Mudah dipelajari <i>(easy to learn)</i>												
Aplikasi shopeefood driver mudah dipelajari saat saya baru menggunakannya	4	20	66	264	30	90	0	0	0	0	374	Baik
Panduan aplikasi membantu mempelajari aplikasi saya baru menggunakannya	4	20	62	248	33	99	1	2	0	0	369	Baik
Dapat dikontrol <i>(controllable)</i>												
Aplikasi shopeefood driver dapat saya kontrol dengan mudah	1	5	29	116	70	210	0	0	0	0	331	Cukup

Pernyataan	Alternatif Jawaban, Frekuensi dan Bobot Aktual										Bobot Aktual	Kategori
	SS (5)		S (4)		C (3)		TS (2)		STS (1)			
	F	B	F	B	F	B	F	B	F	B		
Aplikasi shopeefood driver dapat saya atur dengan mudah	6	30	66	264	28	84	0	0	0	0	378	Baik
Mudah digunakan <i>(easy to use)</i>												
Aplikasi shopeefood driver dapat mudah menggunakannya	5	25	65	260	29	87	1	2	0	0	374	Baik
Aplikasi shopeefood driver memudahkan pekerjaan saya	2	10	22	88	71	213	5	10	0	0	321	Cukup
Jelas dan dapat dipahami <i>(clear and understandable)</i>												
Aplikasi shopeefood driver jelas tampilan dan fitur-fiturnya	5	25	65	260	30	90	0	0	0	0	375	Baik
Aplikasi shopeefood driver mudah dipahami oleh saya	5	25	65	260	30	90	0	0	0	0	375	Baik
Rata-rata Variabel Kemudahan Penggunaan											362	Baik

Keterangan:

SS=Sangat Setuju, S=Setuju, C=Cukup, TS=Tidak Setuju, STS=Sangat Tidak Setuju, F=Frekuensi, B=Bobot

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan terdiri dari 8 pernyataan dengan nilai rata-rata bobot aktual sebesar 360, nilai tersebut termasuk kategori “Baik” karena berada pada interval 340 – 419. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh bahwa pernyataan yang memiliki skor aktual yang paling tinggi yaitu “Aplikasi shopeefood driver dapat saya atur dengan mudah” yaitu sebesar 378, sedangkan pernyataan yang paling rendah diperoleh pada “Aplikasi shopeefood driver memudahkan pekerjaan saya” yaitu memiliki skor sebesar 321.

Variabel Kepuasan Penggunaan (Y)

Berdasarkan distribusi frekuensi dan pembobotan dari masing-masing indikator pada variabel Kepuasan Pengguna maka diketahui datanya sebagai berikut:

Tabel 5. Rekapitulasi Variabel Kepuasan Pengguna

Pernyataan	Alternatif Jawaban, Frekuensi dan Bobot Aktual										Bobot Aktual	Kategori
	SS (5)		S (4)		C (3)		TS (2)		STS (1)			
	F	B	F	B	F	B	F	B	F	B		
Merekomendasikan kepada orang lain												

Pernyataan	Alternatif Jawaban, Frekuensi dan Bobot Aktual										Bobot Aktual	Kategori
	SS (5)		S (4)		C (3)		TS (2)		STS (1)			
	F	B	F	B	F	B	F	B	F	B		
Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk daftar	4	20	66	264	30	90	0	0	0	0	374	Baik
Saya merekomendasikan aplikasi shopeefood karena keunggulan dan kualitas aplikasi dimandingkan yang lain	5	25	64	256	31	93	0	0	0	0	374	Baik
Pelayanan sesuai harapan												
Pelayanan sesuai harapan saya	4	20	66	264	30	90	0	0	0	0	374	Baik
Pelayanan lebih dari yang saya harapkan	1	5	28	112	70	210	1	2	0	0	329	Cukup
Pengguna tidak pernah mengeluh												
Saya puas dengan aplikasi shopeefood	1	5	26	104	70	210	3	6	0	0	325	Cukup
Saya membutuhkan aplikasi shopeefood	4	20	70	280	25	75	1	2	0	0	377	Baik
Menggunakan kembali												
Saya akan menjadi pengguna tetap shopeefood	0	0	27	108	71	213	1	2	1	1	324	Cukup
Saya ingin beralih ke aplikasi lain yang lebih baik	0	30	29	116	63	189	1	2	1	1	338	Cukup
Rata-rata Variabel Kepuasan Pengguna											351,9	Baik

Keterangan:

SS=Sangat Setuju, S=Setuju, C=Cukup, TS=Tidak Setuju, STS=Sangat Tidak Setuju, F=Frekuensi, B=Bobot

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pengguna terdiri dari 8 pernyataan dengan nilai rata-rata bobot aktual sebesar 357, nilai tersebut termasuk kategori “Baik” karena berada pada interval 340 – 419. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh bahwa pernyataan yang memiliki skor aktual yang paling tinggi yaitu “Saya membutuhkan aplikasi shopeefood” yaitu sebesar 377, sedangkan pernyataan yang

paling rendah diperoleh pada “Saya akan menjadi pengguna tetap shopeefood” yaitu memiliki skor sebesar 328.

b) Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Uji Validitas

Validitas	Item Pernyataan	<i>r</i> Hitung	<i>r</i> Kritis	Keterangan
Kualtas Pelayanan (X1)	X1_1	0,874	0,3	Valid
	X1_2	0,618	0,3	Valid
	X1_3	0,895	0,3	Valid
	X1_4	0,903	0,3	Valid
	X1_5	0,553	0,3	Valid
	X1_6	0,923	0,3	Valid
	X1_7	0,880	0,3	Valid
	X1_8	0,896	0,3	Valid
	X1_9	0,900	0,3	Valid
	X1_10	0,918	0,3	Valid
Kemudahan Penggunaan (X2)	X2_1	0,898	0,3	Valid
	X2_2	0,896	0,3	Valid
	X2_3	0,582	0,3	Valid
	X2_4	0,894	0,3	Valid
	X2_5	0,868	0,3	Valid
	X2_6	0,691	0,3	Valid
	X2_7	0,884	0,3	Valid
	X2_8	0,879	0,3	Valid
Kepuasan Pengguna (Y)	Y_1	0,834	0,3	Valid
	Y_2	0,817	0,3	Valid
	Y_3	0,865	0,3	Valid
	Y_4	0,499	0,3	Valid
	Y_5	0,663	0,3	Valid
	Y_6	0,885	0,3	Valid
	Y_7	0,525	0,3	Valid
	Y_8	0,676	0,3	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS, 2022

Dari tabel setiap item pertanyaan bahwa nilai *r*-hitung semuanya berada di atas *r*-kritis yaitu berada di atas 0,3, ini menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji Reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualtas Pelayanan	0,952	Reliable
Kemudahan Penggunaan	0,934	Reliable

Kepuasan Pengguna	0,866	Reliable
-------------------	-------	----------

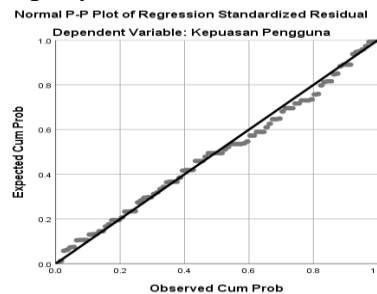
Sumber: Data Diolah SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel >0,7 artinya berada pada kategori reliabilitas layak dan >0,8 artinya berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

c) Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.



Gambar 1 Uji Normalitas Menggunakan Metode Probability Plots

Sumber: Data Diolah SPSS, 2022

Berdasarkan pengujian normalitas yang dapat dilihat pada gambar di atas, pada *plot* normal dapat disimpulkan bahwa distribusi data mendekati normal karena tidak ada penyimpangan yang mencolok dari kurva garis normal. Model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki sebaran data yang normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas.

Tabel 8. Uji Multikolinearitas Menggunakan Metode *Tolerance Variance Inflation Factor* (VIF)

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	5.169	1.163		4.446	.000		
	Kualitas Pelayanan	.267	.093	.386	2.877	.005	.113	8.874
	Kemudahan Penggunaan	.457	.117	.524	3.905	.000	.113	8.874

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data Diolah SPSS, 2022

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas yang dapat dilihat pada tabel di atas ini menunjukkan bahwa nilai *tolerance* lebih dari 0,01 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 sehingga dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas (independen). Selain itu, tidak terjadinya multikolinieritas yang serius..

Uji Heterokedastitas

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut:-

- Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- Sebaliknya, jika nilai-nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Berikut hasil output software spss versi 25 yang memperoleh nilai dari uji glejser sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.220	.751		1.624	.108
	Kualitas Pelayanan	.070	.060	.349	1.164	.247
	Kemudahan Penggunaan	-.094	.076	-.372	-1.241	.218

a. Dependent Variable: Abs_Res1

Sumber: Output SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,247 dan variabel Kemudahan Penggunaan (X2) adalah 0,218. Karena nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Kemudahan Penggunaan (X2) tidak kurang dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dinilai berdasarkan besarnya nilai *durbin watson* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

Tabel 9. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.896 ^a	.803	.799	1.39521	1.819

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data Diolah SPSS, 2022

Setelah diketahui nilai dari durbin-watson yang didapat dari hasil output spss versi 25, maka selanjutnya mencari tahu apakah terjadi autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi dengan membandingkan pada tabel durbin-watson sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi

DW	DL	Du	4-DL	4-Du
1,819	1,634	1,718	2,366	2,282
KESIMPULAN	DW > Du DW < 4-Du		TIDAK TERJADI AUTOKORELASI	

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai DW adalah 1,819. Dengan nilai tersebut dapat dilihat bahwa DW berada diantara DU dan 4-DU. Jika melihat

kedalam kriteria pengambilan keputusan hasil dari uji autokorelasi dalam penelitian ini adalah tidak terjadi Autokorelasi.

d) Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan serta variabel dependen yaitu Kepuasan Pengguna. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

Tabel 11. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.169	1.163		4.446	.000
	Kualitas Pelayanan	.267	.093	.386	2.877	.005
	Kemudahan Penggunaan	.457	.117	.524	3.905	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data Diolah SPSS, 2022

Berdasarkan hasil analisis dari tabel di atas dapat dijelaskan, koefisien-koefisien persamaan regresi sebagai berikut:

$$B = 5,169$$

$$X1 = 0,267$$

$$X2 = 0,457$$

Sehingga persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah:

$$Y = 5,169 + 0,267 X1 + 0,457 X2$$

Dari persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai Konstanta $\beta_0 = 5,169$ artinya menunjukkan besarnya variabel Kepuasan Pengguna yang tidak dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan atau dapat diartikan pada saat nilai variabel Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan sama dengan nol (0) atau tidak mengalami perubahan maka nilai Kepuasan Pengguna sebesar 5,169.
- Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,267 artinya bahwa setiap penambahan 1 *point* Kualitas Pelayanan (X1) maka akan meningkatkan Kepuasan Pengguna sebesar 0,267 dengan anggapan Kemudahan Penggunaan (X2) tetap.
- Koefisien regresi untuk variabel Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar 0,457 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 *point* Kemudahan Penggunaan (X2) maka akan meningkatkan Kepuasan Pengguna sebesar 0,457 dengan anggapan Kualitas Pelayanan (X1) tetap.

e) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk menunjukkan bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini adalah, sebagai berikut:

Tabel 12. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.803	.799	1.39521

- a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data Diolah SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.22, peneliti menemukan bahwa nilai R-square, yang dianggap dapat mewakili koefisien determinasi adalah sebesar 0,803, yang berarti 80,3% dari Kepuasan Pengguna yang dilakukan oleh responden dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan, sisanya 19,7% dipengaruhi oleh variabel – variabel yang lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Untuk melihat besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dilakukan perhitungan dengan menggunakan formula $Beta \times Zero\ Order \times 100\%$. Beta adalah koefisien regresi yang telah distandarkan, sedangkan *zero order* merupakan korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai *Beta* dan *zero order* sebagai berikut:

Tabel 13. Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partia l	Part
1	(Constant)	5.169	1.163		4.446	.000			
	Kualitas Pelayanan	.267	.093	.386	2.877	.005	.879	.280	.130
	Kemudahan Penggunaan	.457	.117	.524	3.905	.000	.887	.369	.176

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data Diolah SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilakukan perhitungan untuk memperoleh pengaruh parsial dari setiap variabel bebas sebagai berikut:

- 1) Kualitas Pelayanan (X1) $0,386 \times 0,879 = 0,339$ atau 33,9%
- 2) Kemudahan Penggunaan (X2) $0,524 \times 0,887 = 0,465$ atau 46,4%

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa pengaruh terbesar berasal dari variabel Kemudahan Penggunaan (X2) dengan kontribusi sebesar 46,4%, sedangkan variabel Kualitas Pelayanan (X1) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 33,9%.

f) Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Pengujian uji t (uji parsial) untuk mengetahui apakah secara parsial Kualitas Pelayanan (X1) dan Kemudahan Penggunaan (X2) mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Hasil uji t pada penelitian ini sebagai berikut:

Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Tabel 14. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.169	1.163		4.446	.000

Kualitas Pelayanan	.267	.093	.386	2.877	.005
Kemudahan Penggunaan	.457	.117	.524	3.905	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25, 2022

H0 : $\beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi.

H1 : $\beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi.

Dengan taraf signifikan 0,05.

Kriteria: Tolak H₀ jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya.

Berdasarkan tabel hasil output di atas, dapat dilihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah sebesar 2,877. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha = 0,05$, $df = n - k = 100 - 2 = 98$, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar 1,984. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar $2,877 > t\text{-tabel } 1,984$, sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Artinya secara parsial, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi.

Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Kemudahan Penggunaan (X1) terhadap Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

H0 : $\beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi.

H2 : $\beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi.

Dengan taraf signifikan 0,05.

Kriteria: Tolak H₀ jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya.

Berdasarkan tabel 4.25 hasil output di atas, dapat dilihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variabel Kemudahan Penggunaan (X2) adalah sebesar 3,905. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha = 0,05$, $df = n - k = 100 - 2 = 98$, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar 1,984. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variabel Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar $3,905 > t\text{-tabel } 1,984$, sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H₀ ditolak dan H₂ diterima. Artinya secara parsial, Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna pada Koperasi di wilayah Cimahi Utara.

g) Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Setelah asumsi-asumsi klasik linier berganda diperiksa dan dipenuhi, maka berikutnya akan diuji Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna. Hasil uji F pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 15. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	771.928	2	385.964	198.274	.000 ^b
	Residual	188.822	97	1.947		
	Total	960.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Diolah SPSS, 2022

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi.

$H_3 : \beta_1 = \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi

Dengan taraf signifikan 0,05.

Kriteria: Tolak H_0 jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, terima dalam hal lainnya

Berdasarkan hasil analisis dari tabel di atas, diperoleh F_{hitung} sebesar 198,274 sedangkan nilai F_{tabel} pada taraf nyata (α) 5% dengan derajat bebas $V_1 = k = 2$; $V_2 = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$. Maka didapat nilai F_{Tabel} sebesar 1,984.

Berdasarkan tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai $F_{hitung} 198,274 > F_{tabel} 3,090$. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak H_3 diterima, dan sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam Uji F dapat disimpulkan H_3 diterima yang berarti secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi.

3.2

Pembahasan

a) Bagaimana Kualitas Pelayanan pada Aplikasi Shopeefood di Kota Cimahi

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan terdiri dari 10 pernyataan dengan nilai rata-rata bobot aktual sebesar 363, nilai tersebut termasuk kategori “Baik” karena berada pada interval 340 – 419. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh bahwa pernyataan yang memiliki skor aktual yang paling tinggi yaitu “Fasilitas aplikasi lengkap dapat diandalkan oleh saya” yaitu sebesar 375, sedangkan pernyataan yang paling rendah diperoleh pada “Keakuratan Map sudah sesuai untuk pengambilan pesanan dan penerimaan pesanan” yaitu memiliki skor sebesar 319.

Nilai rata-rata berdasarkan pernyataan terendah yaitu “Keakuratan Map sudah sesuai untuk pengambilan pesanan dan penerimaan pesanan” diperoleh nilai sebesar 319. Mengacu pada nilai bobot standar maka nilai rata-rata termasuk pada interval 260-339 yaitu termasuk kategori “cukup”. Hal tersebut diduga bahwa keakuratan map pada aplikasi sering dikeluhkan oleh banyak driver karena sering tidak sesuai dengan titik pesanan.

b) Bagaimana Kemudahan Penggunaan pada Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan terdiri dari 8 pernyataan dengan nilai rata-rata bobot aktual sebesar 360, nilai tersebut termasuk kategori “Baik” karena berada pada interval 340 – 419. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh bahwa pernyataan yang memiliki skor aktual yang paling tinggi yaitu “Aplikasi shopeefood driver jelas tampilan dan fitur-fiturnya” yaitu sebesar 373, sedangkan pernyataan yang paling rendah diperoleh pada “Aplikasi shopeefood driver memudahkan pekerjaan saya” yaitu memiliki skor sebesar 319.

Nilai rata-rata berdasarkan pernyataan terendah yaitu “Aplikasi shopeefood driver memudahkan pekerjaan saya” diperoleh nilai sebesar 319. Mengacu pada nilai bobot standar maka nilai rata-rata termasuk pada interval 260-339 yaitu termasuk kategori “cukup”. Hal tersebut diduga karena banyak kendala pada aplikasi yang tidak optimal seperti map dan fake aplikasi sehingga driver banyak terhambat pekerjaannya oleh hal-hal tersebut.

c) Bagaimana Kepuasan Pengguna pada CV. Padmadata Lestari

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pengguna terdiri dari 8 pernyataan dengan nilai rata-rata bobot aktual sebesar 357, nilai tersebut termasuk kategori “Baik” karena berada pada interval 340 – 419. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh bahwa pernyataan yang memiliki skor aktual yang paling tinggi yaitu “Saya membutuhkan aplikasi shopeefood” yaitu sebesar 375, sedangkan pernyataan yang paling rendah diperoleh pada “Saya puas dengan aplikasi shopeefood” yaitu memiliki skor sebesar 328.

Nilai rata-rata berdasarkan pernyataan terendah yaitu “Saya puas dengan aplikasi shopeefood” diperoleh nilai sebesar 328. Mengacu pada nilai bobot standar maka nilai rata-rata termasuk pada interval 260-339 yaitu termasuk kategori “cukup”. Hal tersebut diduga karena pengguna tidak merasa puas akibat kekurangan-kekurangan yang ada pada aplikasi, dibandingkan dengan aplikasi kompetitor yang memiliki system aplikasi yang lebih baik.

d) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna pada CV. Padmadata Lestari

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) untuk Kualitas Pelayanan(X1) signifikansi pada level 0,000. Sesuai dengan kriteria bila nilai signifikansi < 0.05 ($0.00 < 0.05$) maka hipotesis yang diajukan yaitu $H_1 = \beta_1 \neq 0$, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna, dapat dikonfirmasi. Hal ini sesuai dengan hasil uji t dengan nilai thitung $2,877 > t$ -tabel 1,984, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Kualitas Pelayanan (X1) memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap Kepuasan Pengguna sebesar 33,4%.

Kepuasan pelanggan dalam sistem aplikasi dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu sistem aplikasi, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (hasil) suatu produk yang dirasakan dan harapannya terpenuhi (Tjiptono, 2015, hal. 146).

Kualitas pelayanan merupakan keunggulan yang diharapkan oleh pelanggan dan kegiatan untuk mengendalikan keunggulan yang digunakan untuk memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan. Jadi, kepuasan pelanggan akan meningkat apabila tingkat pelayanan dari suatu perusahaan tersebut ditingkatkan (Wyckof dalam Tjiptono, 2014, hal. 268).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lubis & Andayani (2018) yang menyatakan pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan, menyimpulkan bahwa semakin tinggi pengaruh kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

e) Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) untuk Kemudahan Penggunaan (X2) signifikansi pada level 0,000. Sesuai dengan kriteria bila nilai signifikansi < 0.05 ($0.00 < 0.05$) maka hipotesis yang diajukan yaitu $H_2 = \beta_2 \neq 0$, Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna, dapat dikonfirmasi. Hal ini sesuai dengan hasil uji t dengan nilai thitung 3,905. $> t$ -tabel 1,984, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Kemudahan Penggunaan (X2) memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap Kepuasan Pengguna sebesar 56,2%.

Suatu sistem informasi dapat dikatakan berkualitas jika sistem tersebut dirancang untuk memenuhi kepuasan pengguna melalui kemudahan dalam menggunakan sistem informasi tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami Risang Hanuraga (2011).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chusnah

& Khairunnisa (2020) menyatakan pengaruh positif dan signifikan variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dan menyimpulkan bahwa semakin tinggi pengaruh kemudahan penggunaan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

f) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi

Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) didapatkan nilai $F_{hitung} 198,274 > F_{tabel} 3,090$ dengan nilai signifikansi < 0.05 ($0.00 < 0.05$). hal tersebut berarti secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna pada Koperasi di wilayah Cimahi Utara. Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan, secara simultan dalam memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap Kepuasan Pengguna sebesar 0,669 atau 66,9%.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Safitri et al (2021), dan Dahlia & Marlina (2017) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Dimana dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan seseorang maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berada pada kategori baik. Hal ini berdasarkan hasil distribusi frekuensi dan pembobotan yang telah dijelaskan sebelumnya, keseluruhan dimensi diperoleh nilai rata-rata bobot aktual sebesar 363. Hal ini dapat dibandingkan dengan kriteria bobot yang termasuk pada interval 180 – 259 yaitu kategori “Baik”.
2. Kemudahan penggunaan berada pada kategori baik, Hal ini berdasarkan hasil distribusi frekuensi dan pembobotan yang telah dijelaskan sebelumnya, keseluruhan dimensi diperoleh nilai rata-rata bobot aktual sebesar 360. Hal ini dapat dibandingkan dengan kriteria bobot yang termasuk pada interval 180 – 259 yaitu kategori “Baik”.
3. Kepuasan pengguna berada pada kategori baik, Hal ini berdasarkan hasil distribusi frekuensi dan pembobotan yang telah dijelaskan sebelumnya, keseluruhan dimensi diperoleh nilai rata-rata bobot aktual sebesar 357. Hal ini dapat dibandingkan dengan kriteria bobot yang termasuk pada interval 180 – 259 yaitu kategori “Baik”.
4. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna pada Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi. Apabila semakin baik kualitas pelayanan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan penggunaannya.
5. Kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna pada Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi. Apabila semakin ditingkatkan kemudahan penggunaan, maka akan semakin menaikkan kepuasan pengguna.
6. Kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna pada Aplikasi Shopeefood di kota Cimahi. Apabila semakin ditingkatkan kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengguna.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Shopeefood di Kota Cimahi, maka penulis dapat memberikan beberapa saran-saran sebagai berikut:

1. Nilai rata-rata berdasarkan pernyataan terendah yaitu “Keakuratan *Map* sudah sesuai untuk pengambilan pesanan dan penerimaan pesanan”. Saran peneliti sebaiknya pihak Shopeefood memperbaiki keakuratan *Map* karena *Map* sangat penting untuk operasional *driver* jika tidak dilakukan maka akan menyulitkan *driver* sehingga berdampak pada kepuasan baik konsumen maupun *driver*.
2. Nilai rata-rata berdasarkan pernyataan terkecil yaitu “Aplikasi shopeefood driver memudahkan pekerjaan saya”. Saran peneliti sebaiknya pihak Shopeefood memperbaiki pelayanan aplikasi secara keseluruhan dikarenakan banyak kendala yang dirasakan driver sehingga tidak memudahkan driver dalam bekerja.
3. Nilai rata-rata berdasarkan pernyataan terendah yaitu “Saya puas dengan aplikasi shopeefood”. Saran peneliti sebaiknya pihak Shopeefood memperbaiki kekurangan-kekurangan pada Aplikasi dengan cara melihat bagaimana kualitas aplikasi kompetitor yang serupa dapat memberikan kepuasan pada mitra drivernya.
4. Pihak Shopeefood sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan untuk driver agar terjadinya peningkatan kepuasan pengguna pada masa yang akan datang karena terbukti dari hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna pada Aplikasi Shopeefood di Kota Cimahi.
5. Pihak Shopeefood sebaiknya meningkatkan kemudahan penggunaan untuk driver agar terjadinya peningkatan kepuasan pengguna pada masa yang akan datang karena terbukti dari hasil penelitian kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna pada Aplikasi Shopeefood di Kota Cimahi.
6. Pihak Shopeefood sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan untuk driver agar terjadinya peningkatan kepuasan pengguna pada masa yang akan datang karena jika driver puas maka driver juga dapat memberikan pelayanan yang memuaskan untuk konsumen yang mana hal tersebut sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2020). *Profil Pengguna Internet Indonesia*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Dahlia, G., & Marlina, R. M. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitaslayanan, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Fasilitas E-Filing (*Studi Kasus : Wajib Pajak KPP Pratama Pondok Gede*). 16(1), 20–31.
- Davis. (2019). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and UserAcceptance of Technology*. Journal of MIS Quarterly.
- Davis, Bagozzi, & Warshaw. (2019). User Acceptance of ComputerTechnology: A Comparison of Two Theoretical Models. In *Journal ofManagement Science Vol 35*.
- Djan, I., & Rubbiah Adawiyah, S. (2020). The Effect of Convenience and Trust to Purchase Decision and Its Impact to Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Economics Research*, 9(4), 269. <https://doi.org/10.11648/j.ijber.20200904.23>
- Fahmi, I. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori dan Aplikasi*. CV. Alfabeta.
- Ginting, A. (2012). *Esensi Praktis Belajar & Pembelajaran (Disiapkan untuk Pendidikan Profesi dan Sertifikasi Guru-Dosen)*. Humaniora.

- Gujarati. (2012). *Dasar-dasar Ekonometrika, Terjemahan Mangunsong, R.C. Salemba Empat*.
- Handoko, H. (2014). *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*. BPFE-Yogyakarta.
- Hasibuan, M. (2014). *Manajemen Edisi Revisi, Cetakan Kesepuluh*. PT Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara.
- Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV. Budi Utama.
- Herispon. (2018). *Pengantar manajemen (introduction management) sekolah tinggi ilmu ekonomi riau pekanbaru 2018*. October, 1–108. https://www.researchgate.net/publication/328514083_PENGANTAR_MANAJEMEN_INTRODUCTION_MANAGEMENT_SEKOLAH_TINGGI_ILMU_EKONOMI_RIAU_PEKANBARU_2018?enrichId=rgreq-1e78143c46565eacf6aa663b9fdb2d73-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMyODUxNDA4MztBUzo2ODU2NjM5NjM4NDQ
- Jogiyanto. (2019). *Konsep Dasar Sistem Informasi*. Andi Offset.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2012). *Marketing Management, Edisi 14* (14th ed.). Prentice-Hall Publishhead.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Managemen 15th Editon*. Pearson Education,Inc.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Manullang. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen*. Gadjah Mada Universitas Press.
- Putra, D. K., & T, I. I. R. S. (2019). *The Effect of Service Quality towards Customers Satisfaction on Mobile Telecommunication in Indonesia*. 6(2), 3787–3794.
- Safitri, N., Lasiyono, U., & Arprabowo, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Gojek Di Wilayah Terminal Purabaya Bungurasih. *Sustainability Business Research*, 2(2), 174–183.
- Soedibjo, B. S. (2013). *Pengantar Metode Penelitian*. STIE-STM IK PASIM.
- Subiyantoro, A. T. (2021). The Effect of Servive Quality ,Convinience ,Price ,Product Quality on Satisfaction and Customer Loyalty Funding PT Bank Mandiri in Surabaya. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(9), 177–194.
- Sugiarsih, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Brab Semarang. *Journal of Strategic Communication*, 10(1), 156.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Trisnawati Sule, E., & Saefullah, K. (2015). *Pengantar Manajemen*. Kencana Prenada Media Group.
- Warsito. (2017). Legalitas Moda Transportasi Berbasis Online Dampaknya bagi Pemerintahan Joko Widodo. *Unisbank*, 3(Sendi_U 3), 407–411.
- Wulur, L. M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). Effect of Service Quality and Brand Trust on Customer Satisfaction and Customer Loyalty Pertamina Hospital Balikpapan. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJE BAR)*, 4(01), 72–83. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i01.908>
- Yanti, R. P., M, Y., & Yuliana, S. (2019). the Influence of Service Quality on Customer Satisfaction At Cimb Bank, Solok City West Sumatera. *International Journal of Social*

Science and Business, 3(1), 63. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i1.15724>
Yaqin, A., & Ilfitriah, A. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(2), 245. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i2.375>