

Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Ratatia Handmade Pekanbaru)

Corry Triwardani Izhar¹, Arief Rifa'i Harahap²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau, Jln. Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan Pekanbaru, Riau, Indonesia 90221

Email: corrytriwardaniizhar@student.uir.ac.id, ariefrifai@soc.uir.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu *E-service quality* variabel bebas (X) dan kepuasan pembelian variabel terikat (Y). penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan *E-Service quality* terhadap kepuasan pembelian (studi pada pelanggan Ratatia Handmade Pekanbaru). Tipe penelitian ini adalah survey deskriptif dan metode penelitian kuantitatif menggunakan SPSS 26. Populasi pada penelitian ini adalah Pelanggan Ratatia Handmade sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 100 responden. *purposive sampling* adalah teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu, Dalam penelitian ini penelitian menyebarkan kuisioner secara langsung dan juga melalui google form kepada responden pelanggan ratatia handmade pekanbaru. Teknik analisis yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji koefisien determinan serta uji heteroskedastisitas. Peneliti mendapatkan signifikan, berdasarkan pengaruh *E-Service Quality* berpengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap variabel kepuasan pembelian.

Kata Kunci : *E-Service Quality*, kepuasan Pembelian

The Effect of E-Service Quality on Purchase Satisfaction (Study on Customers of Ratatia Handmade Pekanbaru)

Abstract

This This research uses two variables, namely the independent electronic service quality variable (X) and the dependent purchase satisfaction variable (Y). This research aims to analyze and explain E-Service quality on purchase satisfaction (study of Ratatia Handmade Pekanbaru customers). This type of research is a descriptive survey and quantitative research methods using SPSS 26. The population in this research is Ratatia Handmade Customers, a sample using purposive sampling of 100 respondents. Purposive sampling is a technique for determining samples with certain considerations. In this research, the research distributed questionnaires directly and also via Google Form to respondents who were customers of Pekanbaru handmade ratatia. The analysis technique used was validity test, reliability test, t test, determinant coefficient test and heteroscedasticity test. Researchers found that it was significant, based on the influence of E-Service Quality, which had a significant and positive effect on the purchase satisfaction variable.

Keywords: *Electronic Service Quality, Purchase Satisfaction*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman teknologi informasi semakin maju dan berkembang pesat gaya hidup masyarakat semakin mudah karna masyarakat memiliki mobilitas kegiatan sehari-hari. Dengan adanya teknologi masyarakat mampu memilih suatu produk dan jasa yang diinginkan dengan mudah cepat dan aman para perusahaan mampu bersaing mendapatkan perhatian pelanggan, dengan usaha mendapatkan perhatian yang dibutuhkan akan adanya pelanggan tersebut datang kembali untuk pembelian kembali terhadap produk dan jasa, bukan hanya memberikan produk terbaik tetapi perusahaan perlu memberikan pelayanan yang baik dan menarik perhatian pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan terbaik.

E-Service quality memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pembelian, konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh pebisnis dan cenderung konsumen untuk membeli ulang dan merekomendasikan produk atau jasa kepada pembeli lain. Dengan memberikan kualitas bisnis dapat meningkatkan kepuasan pembelian dan meningkatkan loyalitas konsumen. Layanan Elektronik / *E-Service* adalah satu aplikasi terkemuka yang memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di daerah yang berbeda. Menurut (Parasuraman et al., 2005) *E-Service quality* mendefinisikan sebagai kemampuan situs web untuk memfasilitasi secara efektif dan efisien untuk belanja online, pembelian online dan memperoleh barang dan jasa. Meski tidak diyakini sebagai revolusi yang sebelumnya dibayangkan internet tetap menjadi saluran penting untuk menjual sebagian besar barang dan jasa. Dengan mendistribusikan sebuah produk dan layanan dengan melalui web, *marketplace* sebagai sumber informasi dalam pembelian produk. Meskipun harga terjangkau murah dengan kehadiran web, *marketplace* dianggap mendukung kesuksesan, masalah kualitas layanan yang penting.

Meningkatnya jumlah pasar menyoroti pentingnya pelanggan

indonesia untuk membuat pilih dan hati-hati saat melakukan transaksi untuk mencegah potensi finansial. Konsumen di Indonesia cenderung sering mengakses *e-commerce* melalui ponsel.

Tabel 1: Layanan media sosial pada ratatia handmade pekanbaru

| No | Sosmed | Keterangan |
|----|-----------|---|
| 1. | Website | https://ratatiaindonesia.com |
| 2. | Tokopedia | https://www.tokopedia.com/ratatia |
| 3. | Instagram | https://www.instagram.com/ratatia_handmade |
| 4. | Facebook | https://www.facebook.com/Rattanhandmade |
| 5. | Shoppe | https://shoppe.co.id/rattan_handmade |

Sumber: Data Media Sosial Ratatia Handmade Pekanbaru, 2024

E-Service quality memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pembelian, konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh pebisnis dan cenderung konsumen untuk membeli ulang dan merekomendasikan produk atau jasa kepada pembeli lain. Dengan memberikan kualitas bisnis dapat meningkatkan kepuasan pembelian dan meningkatkan loyalitas konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah dari pembahasan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana *E-Service Quality* terhadap (Studi Pada Pelanggan Ratatia Handmade pekanbaru).
2. Bagaimana kepuasan pembelian pada (Studi Pada Pelanggan Ratatia Handmade pekanbaru).
3. Bagaimana pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan pembelian (Studi Pada Pelanggan Ratatia Handmade pekanbaru).

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini untuk :

1. Untuk Menganalisis dan Menjelaskan *E-Service Quality* terhadap (Studi Pada

- Pelanggan Ratatia Handmade pekanbaru).
2. Untuk Menganalisis dan Menjelaskan kepuasan pembelian pada (Studi Pada Pelanggan Ratatia Handmade pekanbaru).
 3. Untuk Menganalisis dan Menjelaskan pengaruh E-Service Quality terhadap kepuasan pembelian (Studi Pada Pelanggan Ratatia Handmade pekanbaru).

KERANGKA TEORI

A. E-Service Quality

Istilah lain *E-Service Quality* artinya sejauh mana situs web memudahkan belanja, pembelian serta pengiriman produk dan jasa secara efisien dan efektif (Zeithaml et al.,2009). *E-Service Quality* mendasarkan dalam mengembangkan dari *service quality* yang diterapkan sebuah media elektronik. *E-Service Quality* mengembangkan evaluasi suatu pelayanan yang diberikan jaringan internet untuk memberi perluasan dan kemampuan menggunakan situs dalam memudahkan belanja, pembelian secara efektif dan efisien (Chase, et al.,2006).

E-Service Quality memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan kebiasaan dalam usaha kepada konsumen (B2C) pada lingkungan *e-commerce*. Selain itu, kualitas layanan elektronik juga secara khusus dipandang menjadi tingkat layanan elektronik yang bisa sedang melaksanakan dan secara efisien memenuhi kebutuhan konsumen yang relevan. perbedaan utama antara layanan lingkungan non elektronik serta elektronik adalah tidak adanya hubungan langsung antara konsumen dan karyawan pada perusahaan/bisnis *e-service* menunjuk pada pengukuran kualitas layanan elektronik (Singh,2019).

B. Kepuasan Pembelian

Berdasarkan pendapat dari keputusan pembelian merupakan pemilihan akhir terhadap produk di pasar pada konsumen yang terkait erat menggunakan tahapan atau proses yang mendahului (Kotler dan Armstrong 2008;158). Sedangkan menurut Fandy

Tjiptono (2014:21) keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan memperkirakan seberapa baik masing-masing pilihan tersebut dapat memecahkan masalah yang kemudian menunjuk kepada keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2012.227) Merupakan Proses keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen melewatinya lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi,evaluasi alternatif, keputusan pembelian,dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian sebenarnya dilakukan serta mempunyai dampak yang lama sesudahnya itu. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli,biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu.

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini menggunakan tipe penelitian survey deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif dengan ini penelitian mengumpulkan data dengan menganalisis, memberikan gambaran secara jelas mengenai masalah yang diteliti dengan cara pengamatan di tempat penelitian. Dasar penelitian ini adalah data survey yang terbentuk kuesioner kepada responden dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan dengan pertimbangan pernah melakukan transaksi pembelian guna memperoleh data yang valid.

Metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan membuat meneliti pada populasi atau sampel eksklusif, pengumpulan data memakai Instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan mengilustrasikan serta menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono,2017:23).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini, penulis lakukan di Ratatia Rattan Handmade Pekanbaru. Di jalan Yos Sudarso No. 149

,Meranti Padak, Rumbai Pesisir Pekanbaru- Riau pada CV. Ratatia Indonesia Berkah. Alasan penulis melakukan penelitian pada kerajinan Rottan di galery Ratatia Handmade pekanbaru ini adalah keinginan penulis pada galery ratatia dengan kerajinan dengan tangan manusia sendiri menghasilkan kerajinan dengan bentuk yang aman bagus dan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk dengan desain dan produk rottan sintesis menjual dari berbagai furniture dan perlengkapan rumah tangga dengan daya tarik rotan yang alami.

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri berasal objek atau subjek yang memiliki kualitas serta ciri tertentu yang terpengaruh oleh peneliti untuk dipelajari serta lalu diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2020:126). Populasi dalam peneliti ini adalah seluruh masyarakat kota pekanbaru yang melakukan pembelian transaksi ratatia handmade.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pengguna domisili pekanbaru, telah melakukan transaksi pembelian pada ratatia handmade pekanbaru, peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah populasi yang pernah melakukan transaksi di kota pekanbaru. Maka dengan ini mengetahui jumlah sampel Apabila populasi tidak diketahui secara jumlahnya. Rumus teori Malhotra (2006:291):

$$N = 5 \times \text{jumlah sub variable}$$

Keterangan :

N: sampel jumlah yang diperlukan

5: konstanta yang digunakan dalam teori Malhotra

Jumlah sub variabel :jumlah variabel yang diteliti

$$n = 5 \times 19$$

$$n = 95$$

Maka, Jumlah variabel yang digunakan adalah 95 sampel, dibulatkan menjadi 100.

D. Teknik Penarikan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel menggunakan Non probability sampling dengan purposive sampling, Menurut Sugiyono (2020:85) purposive sampling adalah teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu, Dalam penelitian ini penelitian menyebarkan kuisiner secara langsung dan juga melalui google form kepada responden pelanggan ratatia handmade pekanbaru.

E. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data dan sumber dalam penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Data primer merupakan data yang diambil dari sumber pertama orang yang ada di lapangan diambil dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner kepada sampel penelitian melalui google form yang disebarkan link di media sosial.
2. Data sekunder merupakan data primer yang diambil dari lanjut oleh pihak pengumpul, serta data yang diambil dari berbagai sumber seperti jurnal, katalog, berita, dekumentasi lainnya, data yang diperoleh berasal dari Ratatia Handmade pekanbaru.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diperoleh penulis adalah:

1. Kuesioner, yaitu bagian teknik pengumpulan data, dengan penelitian yang digunakan membuat beberapa pertanyaan dan pernyataan kepada seluruh responden Ratatia Handmade Pekanbaru agar memberikan respon penilaian jawaban atas pertanyaan yang diberikan mengenai pengaruh E-Service Quality terhadap keputusan pembelian (studi pelanggan Ratatia Handmade Pekanbaru).

2. Observasi, yaitu pengamatan pengumpulan data dengan menganalisis tempat penelitian untuk mendapatkan data yang diperlukan pada objek penelitian tersebut.
3. Wawancara, adalah salah satu teknik pengumpulan data yang informasikan kepada sumbernya langsung dengan berhadapan dengan Owner Ratatia

Handmade Pekanbaru dalam penelitian.

4. Dokumentasi, yaitu salah satu teknik pengumpulan data dengan mengabadikan dalam penelitian berlangsung

G. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu dengan menunjukkan data dalam bentuk rumus-rumus yang diperoleh dari hasil wawancara, kemudian dianalisis dan dijelaskan, dengan ini mengetahui seberapa pengaruh e-service quality terhadap keputusan pembelian pada kerajinan Ratatia Handmade Pekanbaru.

tingkat ukuran yang digunakan pengukuran variabel adalah skala Likert, dimana responden memberikan jawaban atas permintaan pertanyaan yang diberikan penulis. Maka selanjutnya penulis menggunakan analisis yang melibatkan variabel (X) dan variabel (Y) dalam penelitian dengan langkah-langkah Uji Validitas dan Reabilitas, Uji Hipotesis, Uji t, Uji Heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN DATA

A. Rekapitulasi Jawaban Responden

Tabel 2: Rekapitulasi Variabel *E-service quality* (X)

| No | Keterangan | Kategori Penilaian | | | | | Jumlah | Bobot | Kategori |
|----|----------------------------|--------------------|------|-----|-----|-----|--------|-------|---------------|
| | | SS | S | CS | TS | STS | | | |
| 1. | <i>Efficiency</i> | 80 | 200 | 20 | 0 | 0 | 300 | 1.260 | Sangat setuju |
| 2. | <i>Fulfillment</i> | 16 | 138 | 35 | 11 | 0 | 200 | 706 | Sangat setuju |
| 3. | <i>System availability</i> | 68 | 119 | 13 | 0 | 0 | 200 | 855 | Sangat setuju |
| 4. | <i>Privacy</i> | 77 | 111 | 12 | 0 | 0 | 200 | 856 | Sangat setuju |
| | JUMLAH | 241 | 568 | 67 | 11 | 0 | 900 | 3.677 | |
| | RATA-RATA | 26,7 | 63,1 | 7,4 | 1,2 | 0 | 100 | | |
| | Kategori | Sangat setuju | | | | | | | |

Sumber : *Olahan Data Penelitian, 2024*

Menurut rekapitulasi diatas dapat disimpulkan bahwa responden variabel *e-service quality* yang paling banyak dikategori setuju sejumlah 568, rata-rata 63,1. Jadi bisa disimpulkan variabel *e-*

service quality pada pelanggan ratatia handmade pekanbaru sudah bagus, dan pengetahuan tentang kualitas layanan sendiri sudah paham.

Tabel 3: Rekapitulasi Variabel kepuasan pembelian

| No | Keterangan | Kategori Penilaian | | | | | Jumlah | Bobot | kategori |
|----|---------------------|--------------------|-----|----|----|-----|--------|-------|---------------|
| | | SS | S | CS | TS | STS | | | |
| 1. | Mengelan masalah | 45 | 106 | 41 | 8 | 0 | 200 | 788 | Sangat setuju |
| 2. | Pencairan informasi | 48 | 109 | 42 | 1 | 0 | 200 | 804 | Sangat setuju |

| No | Keterangan | Kategori Penilaian | | | | | Jumlah | Bobot | kategori |
|----|--------------------------|--------------------|------|------|-----|-----|--------|-------|---------------|
| | | SS | S | CS | TS | STS | | | |
| 3. | Penilaian alternatif | 79 | 107 | 14 | 0 | 0 | 200 | 865 | Sangat setuju |
| 4. | Kepuasan pembelian | 94 | 99 | 7 | 0 | 0 | 200 | 865 | Sangat setuju |
| 5. | Perilaku pasca pembelian | 31 | 111 | 44 | 14 | 0 | 200 | 883 | |
| | JUMLAH | 297 | 532 | 148 | 23 | 0 | 900 | 4.205 | |
| | RATA-RATA | 29,7 | 53,2 | 14,8 | 2,3 | 0 | 100 | | |
| | Kategori | Sangat setuju | | | | | | | |

Sumber : Olahan Data Penelitian, 2024

Menurut diatas disimpulkan Rekapitulasi Tanggapan responden variabel kepuasan pembelian yang paling banyak kategori setuju dengan jumlah 532, rata-rata 53,2. Jadi bisa dibilang kepuasan pembelian pada pelanggan ratatia handmade pekanbaru sudah Bagus, berarti hasil responden diatas sesuai.

B. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan buat mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian adalah data yg valid atau

tidak, dengan mengamati skor yang diperoleh dalam masing pertanyaan (kuesioner).

Pada penelitian yang dilakukan kepada pelanggan ratatia handmade pekanbaru yaitu 100 responden, uji validitas dapat di output SPSS dalam Corrected Item – Total Correlation. Kemudian Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, Jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid, Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom corrected item total correlation (Sugiyono,2017).

Tabel 4: Tabel Hasil Validitas Variabel *E-service Quality* (X)

| Dimensi | item | r hitung | r tabel | Keterangan |
|----------------------------|------|----------|---------|------------|
| <i>Efficiency</i> | X1 | 0,445 | 0,195 | Valid |
| | X2 | 0,360 | 0,195 | Valid |
| | X3 | 0,315 | 0,195 | Valid |
| <i>Fulfillment</i> | X4 | 0,356 | 0,195 | Valid |
| | X5 | 0,275 | 0,195 | Valid |
| <i>System Availability</i> | X6 | 0,305 | 0,195 | Valid |
| | X7 | 0,418 | 0,195 | Valid |
| <i>Privacy</i> | X8 | 0,363 | 0,195 | Valid |
| | X9 | 0,515 | 0,195 | Valid |

Sumber :Data Olahan SPSS 26 ,2024

Berdasarkan tabel 5.17 diatas, diketahui bahwa nilai r hitung $>$ r tabel variabel *E-service Quality* memiliki masing masing item berada diatas ($>$ 0,195). Pada

hasil uji validitas bahwa seluruh item pada variabel X dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel sehingga dapat diperguna dalam analisis selanjutnya.

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (X)

Berikut hasil uji validitas keputusan pembelian dapat dilihat ditabel berikut:

Tabel 5: Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian
Sumber: Data Olahan SPSS 26, 2024

| Dimensi | item | r hitung | r tabel | Keterangan |
|--------------------------|------|----------|---------|------------|
| Mengenalan masalah | Y1 | 0,516 | 0,195 | Valid |
| | Y2 | 0,219 | 0,195 | Valid |
| Pencairan produk | Y3 | 0,300 | 0,195 | Valid |
| | Y4 | 0,315 | 0,195 | Valid |
| Penilaian produk | Y5 | 0,430 | 0,195 | Valid |
| | Y6 | 0,251 | 0,195 | Valid |
| Keputusan pembelian | Y7 | 0,860 | 0,195 | Valid |
| | Y8 | 0,481 | 0,195 | Valid |
| Perilaku pasca pembelian | Y9 | 0,214 | 0,195 | Valid |
| | Y10 | 0,270 | 0,195 | Valid |

Berdasarkan dari tabel 5.18 diatas, diketahui bahwa nilai nilai r hitung > r tabel variabel kepuasan pembelian memiliki masing masing item berada diatas (>0,195). Pada hasil uji validitas bahwa seluruh item pada variabel X dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel sehingga dapat diperguna dalam analisis selanjutnya.

C. Uji Reliabilitas

Pengujian Realibilitas penelitian menggunakan teknik yang digunakan *Cronbach Alpha* yang membandingkan nilai Alpha dengan standar ketentuan jika:

- Jika Nilai Cronbach's > 0,6 Maka reliabel
- Jika Nilai Cronbach's > 0,6 Maka tidak reliabel

Tabel 6: Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Jumlah Item | Cronbach's Alpha | Batas Realibilitas | Keterangan |
|--------------------|-------------|------------------|--------------------|------------|
| E-Service Quality | 9 | 0,404 | 0,6 | Reliabel |
| Kepuasan Pembelian | 10 | 0,212 | 0,6 | Reliabel |

Sumber: Data Olahan SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 5 diatas hasil analisis bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel *e-service quality* sebesar 0,404 > 0,6 dan nilai *Cronbach's Alpha* kepuasan pembelian sebesar 0,212 > 0,6 sdapat diartikan pengujian data X dan Y reliabel (konsisten).

D. Uji T

Uji T bertujuan mengetahui ada tidaknya pengaruh parsial (sendiri). Dengan menggunakan uji t statistic membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Nilai t hitung dapat diperoleh menggunakan data spss, berikut hasil:

Tabel 7: hasil Uji T

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 40.485 | 3.098 | | 10.277 | .000 |
| | E- Service Quality | .742 | .136 | .480 | 5.433 | .000 |

Sumber : Olahan Data SPSS 26,2024

$$T_{\text{tabel}} = a/2 = n-2$$

$$= 0,05/2 = 100-2$$

$$= 0,025 = 98$$

$$T_{\text{tabel}} = 1.98447$$

Berdasarkan tabel 5.20 diatas dapat dilihat nilai r hitung variabel *E-service Quality* (X) 5.433 dengan nilai signifikan 0,000. Hasil menunjukkan bahwa t hitung (5.433) lebih besar dari t tabel 1.984 dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Menunjukkan bahwa variabel *e-service*

quality berpengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap variabel kepuasan pembelian.

E. Koefisien Determinan (r^2)

Untuk mengetahui besarnya presentase sumbangan variabel bebas secara menyeluruh terhadap variabel tak bebas dilakukan dengan cara mengukur berapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel independen dalam menjelaskan variabel menjadi terbatas

Tabel 8: Hasil Uji Koefisien Determinan

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .812 ^a | .728 | .693 | 3.254 |

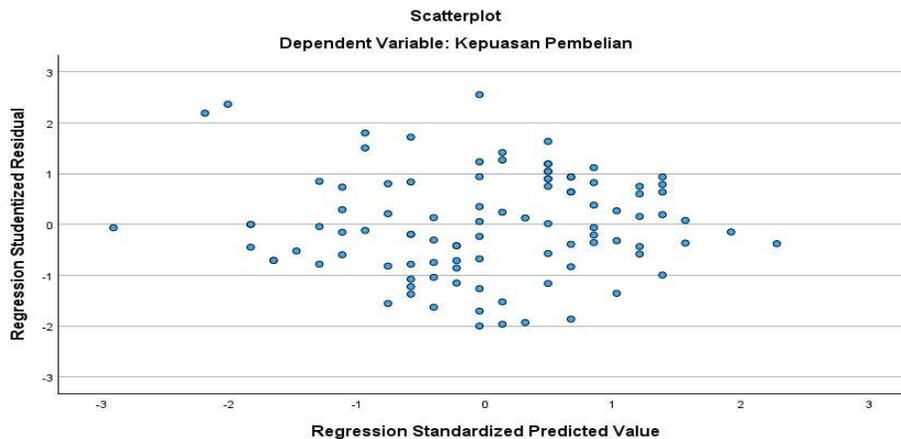
Sumber :Data Olahan SPSS 26,2024

Berdasarkan tabel 5.21 diatas menjelaskan bahwa besarnya nilai koefisien determinan sebesar 0,728 atau (7.28%) . Hal ini berarti bahwa *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pembelian rata-rata handmade pekanbaru, sedangkan sisanya sebesar 93.2% dipengaruhi oleh faktor lain tidak diamati dalam penelitian.

F. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala Heteroskedastisitas adalah menggunakan uji scatterplots yaitu dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolut dan residual. Jika titik-titik data penyebaran diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, maka memiliki hubungan yang positif.

Tabel 9: Hasil Uji Heteroskedastisitas – uji scatterplot tes



Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 26,2024

Berdasarkan gambar output program SPSS diatas, terlihat bahwa titik-titik plot data garis lurus dari kiri bawah ke kanan atas. Maka bisa disimpulkan terdapat hubungan linear dan positif antara variabel *e-service quality* dengan variabel kepuasan pembelian.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan bab V tentang pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan pembelian (Studi pada pelanggan Ratatia Handmade Pekanbaru) yang dilakukan dengan jumlah responden sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji T maka untuk variabel *E-service Quality* , t hitung sebesar 5.433 dengan t tabel yaitu t tabel 1.984 karena t hitung berpengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap variabel kepuasan pembelian
2. Berdasarkan uji koefisien determinasi (r^2) menunjukkan bahwa kepuasan pembelian pada pelanggan ratatia handmade pekanbaru sudah baik yaitu sebesar 0.728. hal menunjukkan besarnya kontribusi pada variabel kepuasan pembelian (Y) sebesar 7,28% dipengaruhi oleh variabel E-Service Quality (X), sedangkan sisa sebesar 93,2% dikarenakan oleh variabel lain tidak termasuk dalam model penelitian.

B. Saran

Dapat disimpulkan yang diperoleh dalam penelitian ini, untuk mempertahankan kualitas dan minat konsumen yang baru maka penulis memberikan saran kepada pihak, sebagai berikut :

1. bagi pihak perusahaan yaitu CV. Ratatia Indonesia berkah pekanbaru di harapkan untuk meningkatkan kualitas sistemnya terutama dalam hal memuat halaman pada platform dan meningkatkan kemampuan pelanggan dalam mengakses informasi layanan, perusahaan dapat meningkatkan keamanan dalam segi *privacy* dan *efficiency* , perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan memberikam umpan balik postif ketika pelanggan memberikan pengalaman dalam pembelian, maka dengan itu untuk meningkatkan sistem dan kepuasan pembelian untuk membeli produk kerajinan sehingga tujuan perusahaan akan tercapai
2. Bagi peneliti selanjutnya akan melakukan penelitian yang sama dengan objek yang berbeda akan menambahkan variabel yang tidak sama dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Destriana, E., & Rifaâ, A. (2020). Pengaruh Keberadaan Objek Wisata Islamic Centre Terhadap Pengembangan UKM (Usaha Kecil Menengah) Pematang Baih Pasir Pangaraian. *VALUTA*, 6(2), 118-137.
- Harahap, A. R. I., Susanti, D., & Basriani, A. (2024). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Cabang Panam Kota Pekanbaru. *Jurnal Pajak dan Bisnis (Journal of Tax and*

- Business*), 5(1), 67-72.
- Joesyiana, K., Zainal, H., Harahap, A. R. I., Yuzalmi, N., & Wahyuni, S. (2023). Pelatihan Strategi Promosi Media Sosial Kelompok Wanita Tani Beringin Indah. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(5), 1264-1272.
- Joesyiana, K., Anggraini, N., Harahap, A. R. I., & Mildawati, R. (2023). Entrepreneurship Education for the Youth to Support the Entrepreneurial Aspirations of the Younger Generation. *Pasundan Community Service Development*, 1(1), 19-24.
- Labibah, Zakiah. (2019). *Pengaruh E-service Quality dan promosi daring terhadap keputusan pembelian melalui minat pembelian ulang pada pemesanan hotel di situs traveloka*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Maghfira, A., Joesyiana, K., & Harahap, A. R. I. (2023). Pengaruh beban kerja dan keselamatan kesehatan kerja (k3) terhadap kinerja karyawan pt. hokkan deltapack industri branch kampar. *Jurnal Pajak dan Bisnis (Journal of Tax and Business)*, 4(1), 13-19.
- Suriyani, S., & Harahap, A. R. (2023). *Pengaruh Tata Kelola Badan Usaha Milik Desa terhadap Peningkatan Perekonomian Desa Lambangsari I, II, III Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau)*.
- Wahyuni, Sri. (2016). *Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas, Universitas Institute Perbanas Jakarta*.
- Wahyuni, S., Joesyiana, K., & Harahap, A. R. I. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Biro Perencanaan Umum dan Anggaran Polda Riau. *ECo-Buss*, 5(1), 297-308.
- Welmy, Messakh Hesty. (2016). *Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Traveloka Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*, Universitas Kristen Petra.
- Yuzalmi, N., Joesyiana, K., Basriani, A., Susanti, D., Wahyuni, S., & Harahap, A. R. I. (2024). Empowering PKK Group Mothers in Labuh Baru Barat Village as an Effort to Improve Economic Welfare of Households. *Pasundan Community Service Development*, 2(1), 7-12.
- Zikrilla, Z., & Harahap, A. R. (2023). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Indah Logistik Cargo Cabang Teluk Kuantan. *JIABIS: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis dan Sosial*, 1(1), 40-57.