

ANALISIS PENGARUH KEBIJAKAN HARGA DAN PELAYANAN DALAM BERBELANJA ONLINE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Desa Bulian Baru Kabupaten Batang Hari Jambi)

Nadiatul Khoiroh¹, Delvia Ayu Prastisca²

Fakultas Hukum, Ekonomi dan Bisnis

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Graha Karya Muara Bulian-Jambi

Jl. Gajah Mada Muara Bulian, Telp. (0741) 23022

E-mail : nadiatulkhoiroh88@gmail.com

Abstract.

This study aims to analyze the influence of price policy and service on consumer satisfaction in online shopping among the community of Bulian Baru Village, Batang Hari Regency – Jambi. The background of this research is based on the increasing growth of online shopping activities, which requires online business actors to determine appropriate pricing strategies and provide good service in order to enhance consumer satisfaction. The research method used is quantitative. The sampling technique applied was simple random sampling with a total of 86 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination with the help of SPSS software. The results show that the t-value of $0.535 < t\text{-table of } 1.66342$ indicates that the price policy variable does not have a significant effect on consumer satisfaction in online shopping, while the service variable with a t-value of $4.022 > t\text{-table of } 1.66342$ has a significant effect on consumer satisfaction in online shopping. Simultaneously, the F-value of $9.177 > F\text{-table of } 3.10$ shows that price policy and service significantly influence consumer satisfaction in online shopping. The coefficient of determination (R^2) is 0.161, which means that price policy and service contribute 16.1% to consumer satisfaction, while the remaining 83.9% is influenced by other factors outside this research.

Keywords: Price Policy, Service, Consumer Satisfaction.

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kebijaksanaan harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja online pada masyarakat Desa Bulian Baru, Kabupaten Batang Hari – Jambi. Latar belakang penelitian ini didasari oleh semakin berkembangnya aktivitas belanja online yang menuntut para pelaku usaha online untuk menetapkan strategi harga dan memberikan pelayanan yang baik guna meningkatkan kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan jumlah responden sebanyak 86 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa t hitung $0,535 < t\text{ tabel } 1,66342$ maka variabel kebijaksanaan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja online, sedangkan variabel pelayanan menunjukan bahwa t hitung $4,022 > t\text{ tabel } 1,66342$ maka berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja online. Secara simultan, menunjukan bahwa F hitung $9,177 > F\text{ tabel } 3,10$ maka kebijaksanaan harga dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja online. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,161 yang berarti bahwa kebijaksanaan harga dan pelayanan memberikan kontribusi sebesar 16,1% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 83,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Kebijaksanaan Harga, Pelayanan, Kepuasan Konsumen

1. Pendahuluan

Transformasi *digital* telah mengubah hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk bagaimana bisnis berinteraksi dengan konsumen dan memasarkan produk atau layanan mereka. Di era yang semakin terkoneksi ini, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong pergeseran konsumsi dan perilaku masyarakat yang



lebih dinamis dan terhubung (Nasution & Prayoga, 2020). Pemasaran sebagai salah satu komponen penting dalam dunia bisnis. Tidak terkecuali dalam menerima dampak signifikan dari perubahan ini. Strategi pemasaran sebelumnya mengandalkan media cetak dan saluran komunikasi tradisional kini harus menyesuaikan diri dengan perkembangan media *digital* (Hidayat, 2019).

Teknologi dan komunikasi ini mulai merasuki kehidupan manusia di berbagai belahan dunia. Bahkan sampai ke pelosok-pelosok desa. Di era industri 5.0 merupakan era manusia dan teknologi. Teknologi yang saling berhubungan dan diakses tanpa batas mengadirkan situasi yang kompleks perkembangan teknologi dan berdasarkan peluang yang melekat pada inovasi (Saputra et al 2023).

Di tengah perkembangan masyarakat modern menuju *post-modern*, selain ditandai dengan munculnya masyarakat informasi dan masyarakat konsumsi, juga di tandai dengan perkembangan gaya hidup masyarakat yang lebih banyak dikendalikan oleh kekuatan industri budaya. Masa ketika masyarakat mulai memasuki era *post-modernisme* sesungguhnya adalah era di mana yang namanya keinginan dan kebutuhan telah menjadi sesuatu yang baur, cair, tidak jelas, dan semakin sulit dibedakan satu dengan yang lainnya (Nurhayati 2017).

Sebelum internet ada, orang yang bertindak sebagai perilaku kegiatan ekonomi melakukan kegiatan ekonomi berlangsung melalui pertukaran barang (*barter*), perdagangan dan belanja tatap muka langsung antar penjual dan pembeli. Pembeli juga harus datang ketoko atau tempat penjual jika ingin membeli dengan melihat bentuk fisik produk yang akan di beli. Dengan cara ini, negosiasi antara penjual dan pembeli sangat nyata. Tapi di era industri 5.0 yang meluas ini, teknologi di ciptakan untuk digunakan orang sangat mudah untuk menjual atau bahkan membeli barang yang diinginkan tanpa repot cukup untuk melihat produk di toko saat melihat aplikasi berbasis *online* (Haq & Iswandi (2022).

Perkembangan teknologi telah mendorong kemudahan dalam aktivitas berbelanja, salah satu nya melalui *platform* daring yang kini semakin digemari. Berbelanja secara *online* dinilai lebih praktis karena konsumen hanya perlu memilih produk melalui tampilan gambar atau video, kemudian melakukan pemesanan dan pembayaran melalui transfer. Setelah transaksi selesai, barang akan dikirim langsung ke alamat yang telah dicantumkan. Kemudahan ini memberikan efisiensi dalam hal waktu dan tenggang, jika dibandingkan dengan proses belanja konvensional di toko fisik. Beberapa *platform e-commerce* yang populer di Indonesia antara lain Shopee, Tokopedia, Blibli, Lazada, dan Bukalapak.

Saat ini, belanja *online* menjadi alternatif utama bagi masyarakat, terutama di tengah kemudahan akses internet yang semakin merata, bahkan hingga kewilayah pedesaan seperti Desa Bulian Baru, Kabupaten Batanghari-Jambi. Kemudahan, kecepatan, dan ragam pilihan produk yang ditawarkan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk beralih dari belanja konvensional ke *platform* digital. Namun, dalam transaksi *online*, terdapat beberapa faktor penting yang sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, di antaranya adalah kebijakan harga dan pelayanan. Kebijakan harga menjadi pertimbangan utama bagi konsumen ketika melakukan pembelian secara daring, terutama dalam membandingkan berbagai penawaran dari toko yang berbeda. Kebijakan harga mencakup strategi penetapan harga yang kompetitif, diskon, serta transparansi biaya tambahan seperti ongkos kirim. Sementara itu, pelayanan juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi pengalaman berbelanja *online*. Pelayanan yang di maksud mencakup kecepatan pengiriman, kejelasan informasi produk, kemudahan transaksi, responsivitas layanan pelanggan, hingga proses pengembalian barang. Pelayanan yang baik akan memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen.

Penelitian ini dilandasi oleh fenomena yang terjadi di masyarakat Desa Bulian Baru, di mana aktivitas belanja online mulai menjadi kebiasaan baru seiring meningkatnya penetrasi internet dan akses *platform e-commerce*. Peneliti telah melakukan observasi awal dan wawancara informal terhadap beberapa warga desa yang aktif belanja online, dan ditemukan adanya keluhan mengenai harga produk yang tidak stabil, meskipun demikian harga produk melalui belanja *online* lebih murah di bandingkan belanja ditoko, serta kondisi jarak yang jauh dari pusat kota membuat konsumen bergantung pada layanan kurir hal ini menimbulkan keterlambatan pengiriman. Meskipun harga murah dan jarak yang jauh barang tetap sampai ke konsumen, maka berdasarkan yang diperoleh dilapangan konsumen merasa puas. Permasalahan ini menunjukkan adanya celah dalam strategi pemasaran *digital*, khususnya terkait kebijaksanaan harga dan pelayanan di daerah pedesaan.



Oleh karena itu, penelitian ini untuk menganalisis sejauh mana kebijaksanaan harga dan pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja *online*, khususnya di Desa Bulian Baru. Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat di daerah pedesaan.

2. Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, metode deskriptif kuantitatif merupakan suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti dari data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti pada saat itu sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya Sugiyono, (2014).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari responden yang dapat dibuktikan dengan angka-angka yang akan diolah dan di analisis sesuai dengan metode sehingga dapat terlihat hasilnya. Sumber datang yang digunakan yaitu data primer, Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya tanpa perantara. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari seluruh kepala keluarga (KK) yang berdomisili di Desa Bulian Baru, Kabupaten Batang Hari, Provinsi Jambi. Serta data sekunder adalah sumberdata yang diperoleh secara tidak langsung tanpa ada perantara. Baik berupa informasi maupun literatur yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini, berasal dari internet, jurnal atau artikel atau berita lain tentang penelitian ini.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh kepala keluarga (KK) yang berdomisili di Desa Bulian Baru, Kabupaten Batang Hari, Provinsi Jambi. Berdasarkan data tahun 2023, jumlah kepala keluarga didesa tersebut sebanyak 611 KK dengan jumlah penduduk sebesar 2053 jiwa. Seluruh KK tersebut tersebar di 20 Rukun Tetangga (RT) yang ada di wilayah Desa Bulian Baru.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel, Dalam penelitian ini, untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil dihitung menggunakan rumus solvin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (0,1). Dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 86 responden.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan skor atau nilai, peringkat atau frekuensi yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa variabel tersebut mempengaruhi variabel lain. (Sugiyono, 2019).

Pengisian kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert yang terdiri atas : sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Kelima penilaian tersebut diberi bobot sebagai berikut : 1. Jawaban sangat setuju diberi bobot 5. Jawaban setuju diberi bobot 4. Jawaban cukup setuju diberi bobot 3. Jawaban tidak setuju diberi bobot 2. Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot 1. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert.

Uji validitas dimaksud guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah di susun benar - benar telah dapat mengukur apa yang perlu di ukur, uji di maksud untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner menurut Darma, B (2021).

Uji realibilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan / pernyataan yang digunakan, uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai cronbach's alpha dengan tingkat / taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5 tergantung kebutuhan dalam penelitian menurut Darma, B (2021).

Regresi linier berganda digunakan ketika terdapat dua atau lebih variabel independen (X) Darma, B (2021).

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak, dengan membandingkan



nilai t hitung dan t tabel Darma, B (2021). Adapun cara pengujian antara t hitung dan t tabel, t tabel ditentukan dengan $(\alpha) = 5\%$ atau 0,05, $df (n-k-1)$ n adalah jumlah data dan k adalah banyak variabel.

Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak, dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel Darma, B (2021). Adapun cara pengujian antara F hitung dan F tabel, F tabel ditentukan dengan $(\alpha) = 5\%$ atau 0,05, $df_1 (k-1)$ k adalah banyaknya variabel yang diteliti baik variabel dependen maupun independen dan $df_2 (n-k-1)$ n adalah jumlah data dan k adalah banyak variabel.

Koefisien determinasi (coefficient of determination) R^2 uji yang dilakukan untuk melihat besarnya hubungan yang ditunjukkan oleh variabel bebas dan diikuti dengan variabel terikat dalam proporsi yang sama. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai R square Darma, B (2021). Tingkat ketetapan regresi dinyatakan dalam koefisien determinasi yang besarnya nilai koefisien determinasi harus diubah kedalam bentuk persentase. Sisa dari total (100%) yang artinya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Namun jika koefisien determinasi nol (0) berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel

3. Hasil Penelitian

3.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat dan akurat. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap seluruh item pernyataan pada variabel kebijakan harga, pelayanan, dan kepuasan konsumen dalam berbelanja *online*.

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah dengan melakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Adapun jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 86 orang, sehingga berdasarkan distribusi r_{tabel} , diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,212. Maka hasil analisisnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kebijaksanaan Harga X_1	1	0,606	0,212	Valid
	2	0,728	0,212	Valid
	3	0,660	0,212	Valid
	4	0,520	0,212	Valid
	5	0,568	0,212	Valid
	6	0,504	0,212	Valid
Pelayanan X_2	1	0,657	0,212	Valid
	2	0,522	0,212	Valid
	3	0,625	0,212	Valid
	4	0,519	0,212	Valid
	5	0,505	0,212	Valid
	6	0,641	0,212	Valid
	7	0,504	0,212	Valid
Kepuasan Konsumen Y	1	0,576	0,212	Valid
	2	0,542	0,212	Valid
	3	0,637	0,212	Valid
	4	0,554	0,212	Valid
	5	0,526	0,212	Valid
	6	0,549	0,212	Valid
	7	0,536	0,212	Valid

Sumber: data primer diolah (2025)



3.2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Apha	Taraf Signifikan	Keterangan
Kebijaksanaan Harga (X ₁)	0,634	0,6	Reliabel
Pelayanan (X ₂)	0,639	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,629	0,6	Reliabel

Sumber: data primer diolah (2025)

3.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	14.080	3.848		.000
	Kebijaksanaan_Harga	.067	.125	.054	.594
	Pelayanan	.431	.107	.410	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : data primer diolah (2025)

3.4. Uji t (Parsial)

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	14.080	3.848		.000
	Kebijaksanaan_Harga	.067	.125	.054	.594
	Pelayanan	.431	.107	.410	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: data primer diolah (2025)

3.5. Koefisien Determinasi (R²)Tabel 5. Uji Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.426 ^a	.181	.161	2.94475

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kebijaksanaan_Harga

Sumber: data primer diolah (2025)

4. PENUTUP

Uji t secara parsial menunjukkan bahwa variabel kebijakan harga (X₁) memiliki nilai *t* hitung sebesar 0,535 < *t* tabel 1,66342, sehingga dapat disimpulkan bahwa kebijakan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tidak berpengaruh signifikan karena konsumen lebih menitikberatkan kepuasan pada kualitas barang yang diterima serta pelayanan, kecepatan pengiriman, dan keamanan yang diberikan. Sedangkan variabel



pelayanan (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar $4,022 > t$ tabel 1,66342, yang berarti pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji F secara simultan diperoleh nilai F hitung sebesar $9,177 > F$ tabel 3,10. Dengan demikian, kebijaksanaan harga dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja online di Desa Bulian Baru.

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,161 atau 16,1%. Hal ini berarti variasi nilai kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kebijaksanaan harga dan pelayanan sebesar 16,1%, sedangkan sisanya sebesar 83,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Aljufri. 2017. *Pengaruh Motivasi, Kompensasi, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pegawai Kantor Bupati Parigi Moutong*. Jurnal Trend Vol. 05 No. ISSN. 2088-107X.
- Aisyah, Fauzun, dkk. 2020. *Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Guru Pegawai Pendidikan Agama Islam Di Sd Negeri 016 Sako Kecamatan Pangean*. Jom Ftk Uniks, Volume. 1, Nomor 2 .
- Arwin, Andi, dkk. 2018. *Pengaruh Sistem Pengupahan Terhadap Kinerja Pegawai Kerja Musiman Di Ptpn X (Pabrik Gula Camming) Kabupaten Bone*. Jurnal Administrasi Publik. Volume 4 Nomor 1.
- Budiman, Jumardi. 2016. *Pengaruh Kompensasi Terhadap Motivasi Kerja Guru Tidak Tetap (Gtt) Di Kecamatan Meliau Kabupaten Sanggau*. Antena Vol 6 No. 02.
- Cahyaning, Rahajeng. 2021. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pada Tenaga Kerja Bantuan (Pegawai) Dinas Perhubungan Kota Balikpapan*. jurnal GeoEkonomi ISSN-Elektronik (e): 2503-4790 | ISSN-Print (p): 2086-1117 Volume 12 Nomor 02.
- Darma. 2021. *Statistik Penelitian Menggunakan SPSS Jakarta* : Guepedia.
- Fahrudin, Imam, Dkk. 2021. *PENGARUH UPAH DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT.KANAYA (JAKARTA UTARA)*. Al-Misbah Volume 2 No. 1.
- Haris, Abdul, dkk. 2016. *Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Guru Pegawai Sekolah Dasar (Sd) Di Kecamatan Jogonalan Kabupaten Klaten*. Kiat Bisnis Vol 06 No 03.
- Liana, Wendy.2020. *Pengaruh Motivasi terhadap Produktivitas Karyawan PT Telkom Indonesia, Tbk Cabang Palembang* Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM Vol. 1, No. 1, September 2020.
- Mahardika, Wahyu. 2022. *Hubungan Motivasi Kerja Dan Kepuasan Kerja Dengan Kinerja Guru Pegawai*. UMS : Surakarta.
- Makruf, Hidayat. 2021. *Kinerja Dan Motivasi Kerja Guru Pegawai Di Kampung Terisolir (Studi Kasus Di Mis Ulupus Sa'adah Hulu Sungai Utara)*. Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam, VOL: 10/NO: 01.
- Nova Syafrina. 2020. *Pengaruh Motivasi Terhadap Semangat Kerja Pegawai Pegawai Pada Dinas Pendidikan Kabupaten Pelalawan*. Jurnal Niara. Vol 13. No. 01.
- Novi Indah, dkk. 2020. *Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Tenaga Pegawai Di Dinas Pendidikan Kota Makassar*. Jurnal Unismu Vol 01 No 01.
- Qona'ah Siti. 2020. *Modul Dasar – Dasar Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*.
- Supriadi Adih et.al.2022. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung:Tahta Media.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan R&D* Bandung: Alfabeta.
- Toni. 2021. *Pengaruh Kompensasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Winsen Kencana Perkasa*. UNPB : Batam.

