

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Testimoni Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Pembelian Kembali di Ritel Buah GOFRUIT

¹Yusup Ario Wibisono

¹ Property and Set Decorator, PT MNC Digital Entertainment, Jakarta Barat

Email korespondensi : Yusufario97@gmail.com

Abstrak

Meningkatnya permintaan buah dan sayur segar pada awal pandemic dengan mengupayakan pelayanan dan testimoni pelanggan pada aplikasi belanja online tidak diikuti dengan kepuasan dan pembelian kembali pelanggan GOFRUIT. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan, testimoni terhadap pembelian kembali melalui mediasi kepuasan konsumen, menggunakan metode SEM-PLS. Batasan penelitian terfokus di toko buah dan sayur GOFRUIT Puri Indah periode 2020-2021. Dengan hipotesis yang diajukan adalah: H1 menguji pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. H2 menguji pengaruh testimoni terhadap kepuasan pelanggan. H3 menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan. H4 menguji pengaruh testimoni terhadap pembelian kembali pelanggan melalui kepuasan pelanggan. H5 menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian kembali, H6 menguji pengaruh testimoni terhadap pembelian kembali pelanggan. H7 menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pembelian kembali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: H1, Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. H2 testimoni berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan. H5 kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian kembali. H6, testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian kembali.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Pembelian Kembali

Abstract

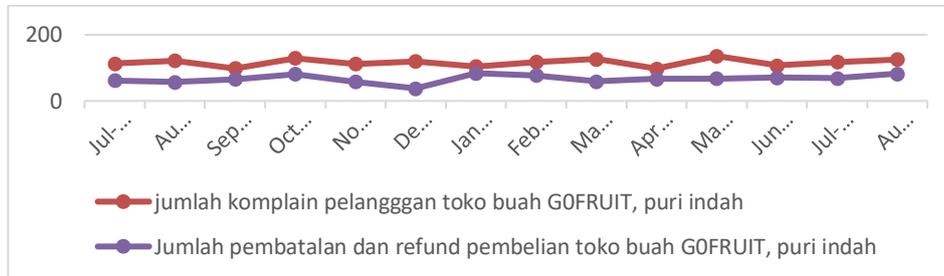
The increased demand for fresh fruit and vegetables at the start of the pandemic by seeking customer service and testimonials on online shopping applications was not followed by GOFRUIT customer satisfaction and repurchasing. This study aims to identify the effect of service quality, testimonials on repurchase through the mediation of customer satisfaction, using the SEM-PLS method. Limitations of central research at the GOFRUIT Puri Indah fruit and vegetable shop for the 2020-2021 period The hypothesis proposed is: H1 distinguishes the effect of service quality on customer satisfaction. H2 examines the effect of testimonials on customer satisfaction. H3 distinguishes the effect of service quality on repurchase through customer satisfaction. H4 examines the effect of testimonials on customer repurchase through customer satisfaction. H5 examines the effect of service quality on repurchase, H6 contrasts the effect of testimonials on customer repurchase. H7 examines the effect of customer satisfaction on repurchases. The results of the study show that: H1, Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. H2 testimonials have a significant effect on customer satisfaction. H5 Service quality has a positive and significant effect on repurchase. H6, testimonials have a positive and significant effect on repurchasing.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase

1. Pendahuluan

Di masa pandemic mengubah pola hidup masyarakat, dengan perubahan Pola hidup sehat dan terjadi tren belanja serta layanan serba digital. Buah dan sayur segar menjadi produk yang penting untuk mendukung pola hidup sehat serta layanan online memenuhi kebutuhan tersebut. GOFRUIT

sebagai toko penyedia produk buah dan sayur berusaha memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan kualitas pelayanan yang baik serta promosi media sosial dengan testimoni jujur, bertujuan agar pelanggan dapat melakukan pembelian kembali. Namun pada saat perkembangannya toko buah ini mengalami penurunan penjualan dengan jumlah komplain disertai *refund* pembelian yang relatif meningkat, padahal terjadi peningkatan nilai transaksi penjualan selama pandemic. Berikut data yang diperoleh:



Gambar 1. Data komplain dan *return* penjualan

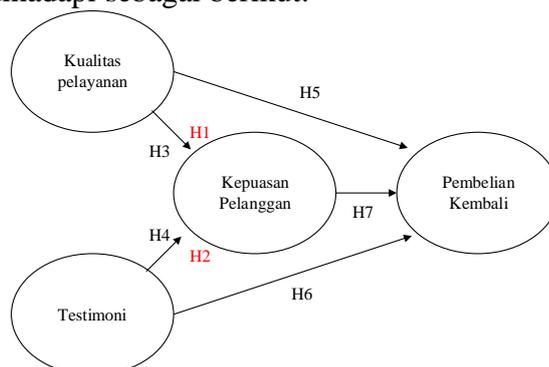
dalam penelitian ini permasalahan terletak pada terjadinya peningkatan nilai pembelian namun terjadi peningkatan jumlah komplain berakibat pada penurunan pembelian kembali, hal ini menyangkut atas pelayanan dan upaya memberikan keyakinan produk dan layanan menggunakan atau memanfaatkan testimoni pelanggan. Dampaknya terjadi penurunan volume penjualan dan mengakibatkan kerugian perusahaan, maka dari itu dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan serta pembelian kembali pada salah satu toko penjualan di kembangan jakarta barat.

Maka tujuan dari penelitian ini adalah,

- menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian ulang/kembali berkaitan dengan penjualan.
- memberikan solusi strategi kepada perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan dan mengurangi komplain pelanggan, serta merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya.

2. Landasan Teori

Dengan demikian kerangka konseptual dapat dihasilkan dengan mempertimbangkan 4 variabel berdasarkan masalah yang dihadapi sebagai berikut:



Gambar 2. Konsep pemikiran konseptual

Maka dihasilkan kerangka berfikir yang berupa kerangka asosiatif sebagai berikut:

- X1 : Variabel Kualitas pelayanan
- X2 : Variabel Testimoni pelanggan
- Z : Variabel Kepuasan pelanggan
- Y : Variabel Pembelian Ulang/kembali

Berdasarkan kerangka konseptual pada Gambar 2 dapat dijabarkan sebagai berikut:

Ha₁: Ada pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan toko buah GOFRUIT Puri

kembangan, Jakarta barat

Ha₂: Ada pengaruh testimoni terhadap kepuasan pelanggan toko buah GOFRUIT Puri kembangan, Jakarta barat

Ha₃: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan toko buah GOFRUIT Puri kembangan, Jakarta barat

Ha₄: Ada pengaruh testimoni terhadap pembelian kembali pelanggan melalui kepuasan pelanggan toko buah GOFRUIT Puri kembangan, Jakarta barat

Ha₅: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian kembali pelanggan (secara langsung) toko buah GOFRUIT Puri kembangan, Jakarta barat

Ha₆: Ada pengaruh testimoni terhadap pembelian kembali pelanggan (secara langsung) toko buah GOFRUIT Puri kembangan, Jakarta barat

Ha₇: Ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pembelian kembali toko buah GOFRUIT Puri kembangan, Jakarta barat

2.1 Metode Pengolahan Data

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory research, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel terkait, dengan bentuk penelitian kuantitatif. Untuk mengetahui adanya pengaruh dari suatu perlakuan yang selanjutnya diuji hipotesisnya, dengan berusaha secara ilmiah dan empirik mengacu pada kaidah-kaidah penelitian untuk hasil penelitian yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Metode penelitian kuantitatif sendiri adalah suatu cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data penelitian dengan menggunakan angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Untuk mencari hubungan antar variabel, yaitu dengan menguji hipotesis yang telah ditentukan tentang pengaruh beberapa variabel variabel eksogen (*independen*) adalah kualitas pelayanan (X₁), dan testimoni pelanggan (X₂), khusus variabel endogen (*dependen*) sekaligus sebagai eksogen (*independen*) adalah kepuasan pelanggan (Z) atau sebagai pemediasi dan pembelian kembali (Y) sebagai endogen (*dependen*). Hal ini Hal ini yang berkaitan dengan rumusan masalah yaitu strategi apa yang harus dilakukan selanjutnya oleh perusahaan guna meningkatkan pembelian kembali pelanggan ritel buah GOFRUIT.

b. Jenis Data dan Informasi

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data yang dipakai sebagai bahan penelitian yaitu data primer dan data sekunder

- Data primer. Data primer dalam penelitian ini berasal dari kuesioner yang berasal dari jawaban pelanggan terdaftar sebagai member. Hal tersebut untuk mendapatkan jawaban dari masalah penelitian secara mendalam berasal dari pelanggan sebagai responden untuk mendapatkan hasil tanggapan terhadap pengaruh kualitas pelayanan, testimoni terhadap pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan yang dirasakan. Kuesioner sebar pada lingkungan toko GOFRUIT yang berlokasi di puri indah, kembangan selatan Jakarta barat. Dan penyebaran melalui social media
- Data sekunder. Data ini adalah data pendukung diantaranya data penjualan, alamat lokasi penelitian atau gambaran umum usaha yang dijadikan objek penelitian atau data yang berasal dari data yang telah tersedia

Instrumen data yang digunakan adalah penggunaan variabel data penelitian, dengan penjelasan variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari hingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini variabel yang diamati terdapat 3 macam, yaitu variabel eksogen (*independen*) dan variabel endogen (*dependen*) dan variabel pemediasi.

- *Variabel eksogen (independen)*.
- Variabel eksogen (independen) yaitu variabel kualitas pembelian, testimoni dan kepuasan pelanggan sebagai variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).
- *Variabel endogen (dependen)*.
- Variabel *eksogen (dependen)* yaitu pembelian kembali variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.
- Variabel mediasi.
- Variabel mediasi atau variabel kepuasan, variabel ini memediasi variabel eksogen terhadap variabel endogen secara tidak langsung sekaligus dapat mempengaruhi sendiri kepada variabel endogen (pembelian kembali).

c. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian dengan pertanyaan wawancara dan kuesioner. Langkah pertama, peneliti menentukan pengamatan pada lokasi penelitian dan menentukan masalah yang diangkat yaitu menurunnya volume penjualan yang diiringi komplain pelanggan kemudian studi pustaka sebagai landasan teori dan referensi penelitian, dilanjutkan wawancara langsung dengan para konsumen yang berkunjung untuk mendapatkan data informasi yang berhubungan dengan data yang dibutuhkan. Wawancara dilakukan peneliti dibantu karyawan saat proses pembelian ditempat serta customer servis bagian penjualan yang bertugas untuk area Puri Indah Kembangan, Jakarta Barat dan diambil datanya adalah dari pelanggan baru maupun pelanggan tetap. Alat alat yang digunakan dalam pengumpulan data di antaranya:

- Skala pengukuran variabel

Dalam keperluan analisis, peneliti mengumpulkan data dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dan wawancara dimana masing-masing jawaban setiap poin memiliki bobot berdasarkan skala likert sebagai acuan. Adapun skala yang digunakan dalam penelitian adalah skala likert. Menurut Siregar (2017) dan Husein (2017), Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Berikut skala yang ditentukan:

Tabel 1. Bobot penilaian pertanyaan kuesioner

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Kurang Setuju (KS)	2
Tidak Setuju (TS)	1

- Populasi Dan Sampel

Populasinya adalah semua pelanggan GOFRUIT Puri Indah, adapun jumlah populasi berasal dari 535 pelanggan. Kriteria Jumlah populasi yang diambil dari jumlah rata-rata transaksi dalam satu minggu yaitu sejumlah 535 populasi dengan alasan dapat mewakili kriteria pelanggan yang mana berbeda antara hari kerja dengan akhir pekan.

Dengan sampel berdasarkan perhitungan menurut Slovin (1998) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (1)$$

n adalah ukuran sampel yang akan dicari

N adalah ukuran populasi

e adalah margin of error

Maka diketahui $N = 535$ dan $e = 10\%$
maka $n = 535 / (1 + (535 (0,10)^2))$
 $n = 535 / (1 + 5,35)$
 $n = 535 / 6,35$

$n = 83,251$ dibulatkan menjadi 84

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel sebesar 84 responden dari 535 populasi, Jumlah populasi yang di ambil dari jumlah rata-rata jumlah transaksi dalam satu minggu yaitu sejumlah 535 pelanggan.

d. Metode Pengolahan dan Analisa Data

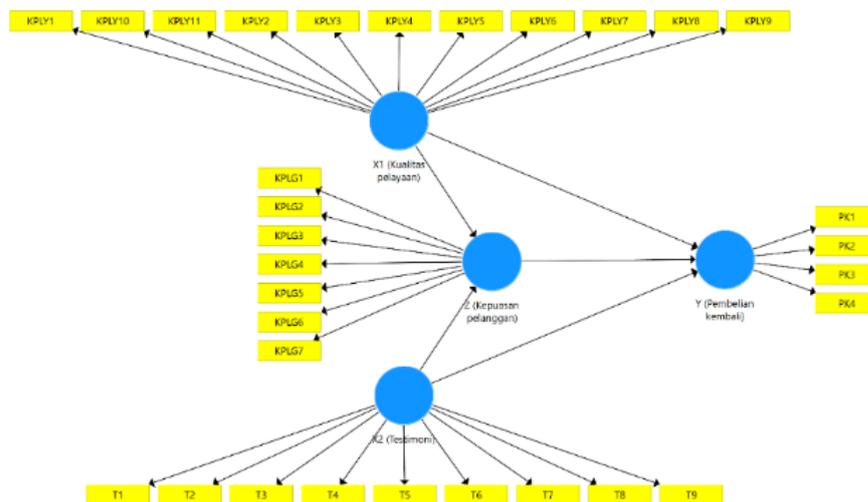
- Metode Pengolahan

Data yang didapatkan dari hasil penyebaran wawancara dan kuesioner kepada responden GOFRUIT di kumpulan sebagai data primer lalu dilakukan analisis sebagai pembuktian hipotesis yang diajukan sebelumnya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan dua analisis data yakni analisis pra penelitian dan analisis data penelitian. Menggunakan metode pengolahan data SEM-PLS dibantu dengan aplikasi SmartPLS 3.3.5 kemudian dilakukan analisa hasil perhitungan yang diperoleh.

- Analisis data

Dalam penelitian kali ini penulis menggunakan teknik analisis *Component* atau *Variance Based Structural Equation Model (SEM)* dimana dalam pengolahan datanya menggunakan program Partial Least Square (Smart-PLS). PLS (Partial Least Square) merupakan model alternatif dari *covariance based SEM*. PLS dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, selain itu dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. PLS (*Partial Least Square*) merupakan metode analisis yang powerful oleh karena tidak didasarkan banyak asumsi, data tidak harus terdistribusi normal, dan sampel tidak harus besar, (Ghozali, 2014).

Berikut gambar variabel dan indikator dalam tampilan pada aplikasi SmartPLS 2022 dapat dilihat pada Gambar 3:



Gambar 3. Variabel SEM

Dalam pengolahan data dapat diawali dengan mengelompokkan penilaian responden, hal demikian dimaksudkan untuk mengetahui masing-masing kuesioner tersebut, dengan melihat rata-ratanya, dinilai oleh responden dengan kriteria sangat tinggi/sangat baik, tinggi/baik, cukup/sedang, rendah/buruk, atau sangat rendah/sangat buruk.

Angka jawaban responden dimulai dari angka 1 hingga 5, sehingga kategorisasi jawaban menggunakan ketentuan rentang $(r) = 5,00 - 1,00$ (skor rata-rata tertinggi dikurangi skor rata-rata

terendah) = 4.

Jika akan menggunakan kriteria 5 kotak (Five Box Method) atau $(k) = 5$, dan didapatkan panjang kelas (interval kelas) $= (p) = r/k = 4/5 = 0,8$.

Kemudian dilakukan uji instrumen data. Pada tahap ini perlu adanya uji validitas dan uji reliabilitas, untuk mengetahui apakah kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian semuanya sudah valid dan reliabel. Menggunakan analisis korelasi yaitu uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total, diteruskan dengan proses selanjutnya yaitu pengolahan dan analisis data.

3. Metode Penelitian

Data primer dalam penelitian ini diambil dari sampel dengan jumlah yang telah ditentukan, yaitu berjumlah delapan puluh empat dari semua populasi. Adapun distribusi anggota populasi dari setiap departemen dapat dilihat pada Tabel 2. dan bobot jawaban pada Tabel 3.

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data berbentuk dokumen tertulis penjualan, alamat lokasi penelitian atau gambaran umum usaha yang dijadikan objek penelitian atau data yang berasal dari data yang telah tersedia sebelumnya. Karakteristik responden yang dijadikan sampel dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik responden

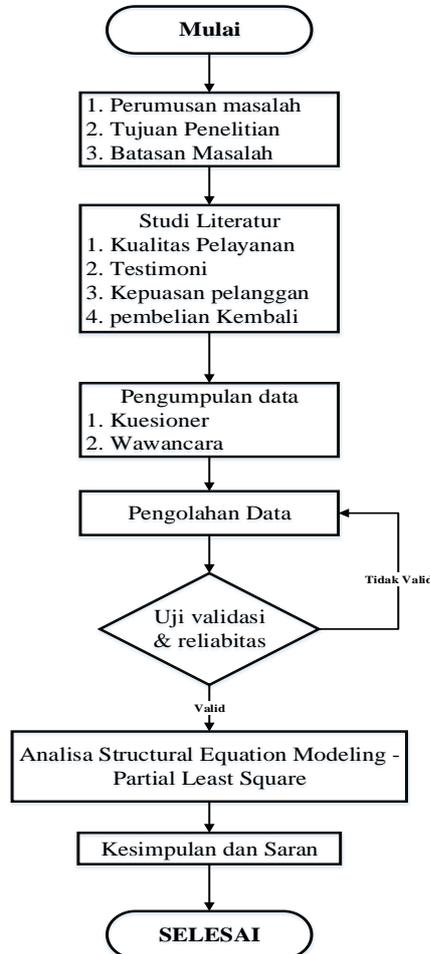
	Uraian	frekuensi (orang)	prosentase (%)
1	Jenis kelamin laki-laki	23	27.4%
	Perempuan	61	73.5%
2	Usia <20 tahun	28	33.3%
	>20 tahun	56	66.7%
3	Profesi mahasiswa/siswa	11	13.1%
	Karyawan	30	35.7%
	pemilik bisnis	12	14.3%
	ibu rumah tangga	30	36.9%

Kriteria skor rata-rata dapat dilihat pada Tabel 3:

Tabel 3. Skor rata-rata Indikator

Variabel kualitas pelayanan		Variabel testimoni		Variabel kepuasan pelanggan		Variabel pembelian kembali	
indikator	skor	indikator	skor	indikator	Skor	indikator	skor
KPLY1	3,786	T1	4,060	KPLG1	4,119	PK1	4,119
KPLY10	3,917	T2	3,988	KPLG2	4,083	PK2	4,012
KPLY11	4,131	T3	4,012	KPLG3	4,119	PK3	4,155
KPLY2	4,060	T4	3,905	KPLG4	4,119	PK4	4,060
KPLY3	3,940	T5	3,940	KPLG5	4,107		
KPLY4	3,917	T6	3,952	KPLG6	4,036		
KPLY5	4,048	T7	3,857	KPLG7	4,071		
KPLY6	3,893	T8	3,964				
KPLY7	4,024	T9	3,845				
KPLY8	3,881						
KPLY9	3,940						
Mean	3,957909		3,947		4,093429		4,0865

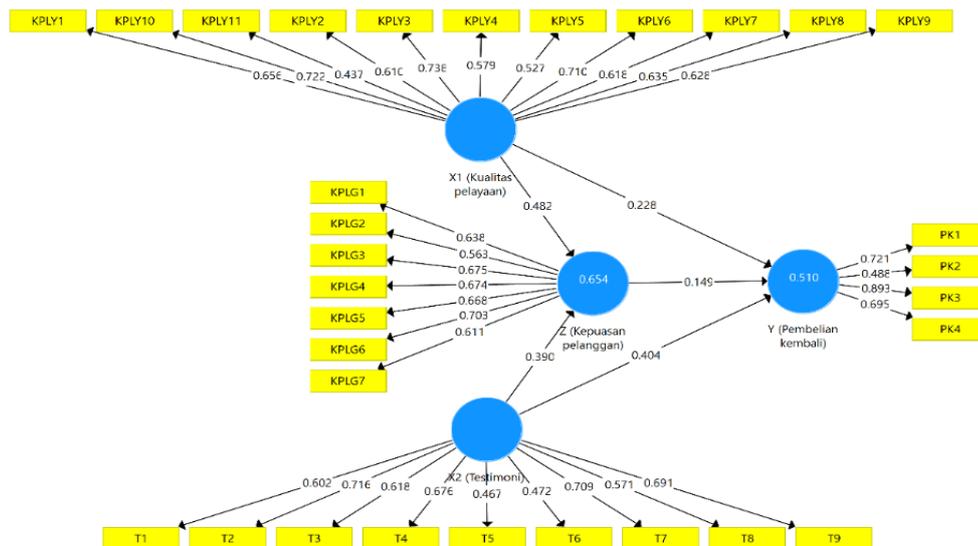
Dapat dilihat bahwa, penilaian responden pada menilai kualitas pelayanan GOFRUIT memiliki rata-rata sebesar 3,957, variabel testimoni mendapat rata-rata 3,947, kemudian variabel kepuasan pelanggan rata-rata 4.093 serta pada variabel pembelian kembali rata-rata skor sebesar 4.0865. Artinya semua rata-rata variabel di dalam penelitian menunjukkan angka diatas $> 3,41$ dapat dikatakan indeks rata-rata variabel bersifat baik dan memadai untuk dilakukan proses selanjutnya. Langkah-langkah penelitian :



Gambar 4. Variabel SEM

4. Hasil Penelitian

Dari keluaran SmartPLS 3 yang telah sesuai dengan kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat diagram model pada Gambar



Gambar 5. Hasil algoritma SmartPLS

setelah dihasilkan dari SmartPLS 3 seperti pada Gambar diatas, perlu dilakukan eliminasi dalam pengujian *convergent validity* dengan analisis faktor konfirmatori menunjukan indikator dengan nilai *Standardized loading factor* > 0.50. Pada indikator KPLY11 (0.437), T5 (0.467), T6 (0.472) dan PK2 (0.488). Maka Hal ini dapat membuktikan bahwa ada indikator dengan loading factor yang didapatkan memiliki nilai kurang dari 0.500, sehingga data belum dapat dikatakan valid dan indikator dengan nilai kurang dari 0,5 akan hilang dari model selanjutnya diuji Kembali hingga nilai valid atau di atas >0,5 dan di lanjutkan reliabilitas untuk meyakinkan model struktural yang terkonstruksi sudah baik. Model struktural yang dievaluasi melalui R² (*reliabilitas indikator*) untuk kontrak dependen dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur, dan terakhir dilakukan uji *GoF* atau *goodness of fit* yang telah dilakukan.

Tabel 4. Rangkuman Uji Reliabilitas Model Struktural

Evaluasi model	Hasil	Kriteria	Keterangan
<i>Outer loading</i>	Indikator > 0,6	> 0,6	baik
<i>Cross loading</i>	Indikator > 0,6	> 0,6	baik
<i>AVE Indikator</i>	Indikator > 0,5	> 0,5	baik
<i>Composite reliability</i>	Indikator > 0,6	> 0,7	baik
<i>Cronbach Alpha</i>	Indikator > 0,7	> 0,7	baik
<i>R₂ variabel laten endogen</i>	PK > 0,431	> 330	moderat
<i>R₂ variabel mediasi</i>	KPLG > 0,620	> 0,5	baik

Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur). Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan. Nilai signifikansi pada hipotesis ini dapat diperoleh dengan prosedur bootstrapping. Melihat signifikansi pada hipotesis dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi T-statistik pada algorithm bootstrapping report. Untuk mengetahui signifikan atau tidak signifikan dilihat dari T-table pada alpha 0.05 (5%) = 1.96, kemudian T-table dibandingkan dengan T-hitung (T-statistik) (Hair et al., 2009). Serta pada *model struktural r-square* didapat variabel pembelian kembali dikatakan moderat karena memiliki nilai diatas > 0.33, yaitu sebesar 0.431 yang dapat di interpretasikan bahwa variabel konstruk pembelian kembali yang dapat dijelaskan oleh variabel servant kualitas pelayanan, testimoni serta melalui kepuasan konsumen sebesar 43.1% sedangkan 56,9% lainnya dijelaskan variabel diluar yang penelitian.

Hasil hubungan antar variabel sesuai dengan hipotesis yang telah ditentukan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6 berikut:

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis (hubungan langsung)

Hubungan antar variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 (Kualitas pelayanan) -> Y (Pembelian kembali)	0,281	0,290	0,128	2,188	0,029
X1 (Kualitas pelayanan) -> Z (Kepuasan pelanggan)	0,394	0,408	0,100	3,928	0,000
X2 (Testimoni) -> Y (Pembelian kembali)	0,368	0,373	0,134	2,745	0,006
X2 (Testimoni) -> Z (Kepuasan pelanggan)	0,455	0,446	0,109	4,179	0,000
Z (Kepuasan pelanggan) -> Y (Pembelian kembali)	0,067	0,063	0,137	0,489	0,625

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis (hubungan tidak langsung)

Hubungan antar variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
X1 (Kualitas pelayanan) -> Z (Kepuasan pelanggan) -> Y (Pembelian kembali)	0,026	0,026	0,057	0,462	0,644
X2 (Testimoni) -> Z (Kepuasan pelanggan) -> Y (Pembelian kembali)	0,031	0,027	0,065	0,471	0,638

Tabel 7. Hipotesis yang diterima pada model

Hasil Hipotesis
H1: X1 (Kualitas pelayanan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Z (Kepuasan pelanggan)
H2: X2 (Testimoni) berpengaruh secara positif signifikan terhadap Z (Kepuasan pelanggan)
H3: X1 (Kualitas pelayanan) melalui Z (Kepuasan pelanggan) tidak berpengaruh terhadap Y (Pembelian kembali)
H4: X2 (Testimoni) melalui Z (Kepuasan pelanggan) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Y (Pembelian kembali)
H5: X1 (Kualitas pelayanan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Y (Pembelian kembali)
H6: X2 (Testimoni) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Y (Pembelian kembali)
H7: Z (Kepuasan pelanggan) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Y (Pembelian kembali)

a. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan uji hipotesis yang diterima pada penelitian ini hasil menunjukkan, kualitas pelayanan memiliki hubungan signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Sama halnya penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Maramis (2018) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

b. Pengaruh langsung testimoni terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini hasil menunjukkan bahwa testimoni memiliki hubungan signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Sama halnya penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Amelia (2019) yang menyatakan bahwa testimoni berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak signifikan atau tidak berpengaruh terhadap pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan.

Penelitian ini mendapati bahwasanya kepuasan konsumen tidak memiliki berpengaruh sebagai variabel moderator.

d. Pengaruh testimoni terhadap pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan.

Pada hasil uji hipotesis yang didapat menunjukkan bahwa testimoni tidak berpengaruh terhadap pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak membuktikan hasil penelitian dengan yang diteliti oleh Firlis (2021) bahwa testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kembali, namun dapat memperkuat hasil penelitian menurut Heri dan Sihombing (2018), yang menyatakan bahwa testimoni berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kembali

e. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian kembali.

Kualitas pelayanan yang dipersepsikan signifikan dan positif terhadap pembelian kembali. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian sebelumnya menurut Awallia (2018) dan Saputra (2020) yang mengatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian kembali. Berdasarkan fenomena yang terjadi pada toko buah GOFRUIT Puri indah, Jakarta bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi pembelian kembali secara langsung maka (H_5) diterima karena signifikan dan positif atau diatas (t -statistik $> 1,96$). maka penelitian ini dapat memperkuat penelitian terdahulu.

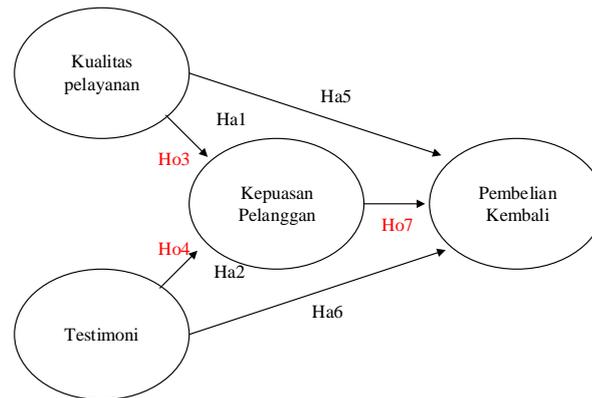
f. Pengaruh testimoni terhadap pembelian kembali.

Berdasarkan hipotesis yang di uji pada penelitian ini, hasil menunjukkan bahwa testimoni berpengaruh signifikan dan positif terhadap pembelian kembali. Berdasarkan fenomena yang terjadi di GOFRUIT Puri indah, dari hasil penelitian ini artinya (H_6) diterima. Dan dapat memperkuat penelitian terdahulu menyatakan bahwa testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian kembali, yang dilakukan oleh (Awallia, 2018; Firlis et al., 2021; Sriyanto & Kuncoro, 2019).

g. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap pembelian kembali.

Berdasarkan hipotesis yang di uji pada penelitian ini, hasil menunjukkan bahwa testimoni berpengaruh berpengaruh terhadap pembelian kembali. Hasil penelitian ini berbeda dan belum dapat membuktikan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suryani dan Rosalina (2019) dan Wibisono (2021). menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pembelian kembali. Berdasarkan fenomena yang terjadi di GOFRUIT Puri indah adalah kepuasan pelanggan tidak mampu mempengaruhi pembelian kembali dan hanya sebagai variabel mediasi artinya (H_7) ditolak karena tidak signifikan dan di bawah (t -statistik $> 1,96$).

Model struktural setelah melewati pengujian hipotesis dapat dilihat di Gambar 6



Gambar 6. Model Struktural Setelah melewati pengujian Hipotesis (uji validasi)

5. Diskusi

Hipotesis yang didapatkan pada pengujian hipotesis pada model dari nilai t-statistik yang telah ditentukan, ($t\text{-statistik} > 1,96$). Terdapat sebanyak empat hipotesis yang didapat dari tujuh hipotesis yang diajukan, antara lain yaitu hipotesis H1, H2, H5, H6, sedangkan hipotesis H3, H4 dan H7 tidak diterima karena diterima nilai yang tidak signifikan serta belum memenuhi kriteria nilai t-statistik yang diisyaratkan ($> 1,96$) gambaran Struktural.

a. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada GOFRUIT Puri indah Jakarta bahwa pelanggan akan merasa puas apabila penilaian terhadap kualitas pelayanan toko GOFRUIT puri indah sudah cukup baik. Maka (H1) diterima dan disimpulkan bahwa jika semakin tinggi kualitas pelayanan diberikan oleh GOFRUIT kepada pelanggan, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap GOFRUIT.

b. Pengaruh langsung testimoni terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada GOFRUIT Puri indah Jakarta bahwa pelanggan akan merasa puas apabila penilaian terhadap testimoni terhadap toko GOFRUIT puri indah dapat dipercaya dan meyakinkan pelanggan terhadap produk maupun layanan serta jaminan penggantian komplain. Maka (H2) diterima dan disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas kepercayaan pelanggan (sebelum maupun sesudah berbelanja) terhadap testimoni yang diberikan pelanggan lain berdasarkan pengalaman yang dirasakan, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap GOFRUIT.

c. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan.

Dapat diamati bahwa Kepuasan konsumen tidak mampu memediasi kualitas pelayanan terhadap pembelian kembali, sedikit atau banyaknya kemungkinan dipengaruhi oleh adanya variabel testimoni negatif didalamnya yang terakumulasi menjadi pengaruh emosional yang kurang baik terhadap pelanggan untuk memutuskan membeli kembali meskipun pelanggan merasa puas kepuasan yang dirasakan, pengaruh yang paling umum dalam penelitian sebelumnya adalah adanya persaingan ritel dan faktor lain masih menjadikan faktor yang menentukan kebijakan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali.

d. Pengaruh testimoni terhadap pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada GOFRUIT Puri indah Jakarta, dapat diamati bahwa kepuasan konsumen tidak mampu memediasi dan memperkuat pengaruh testimoni terhadap pembelian ulang. ada dua alasan yang kuat. bahwa yang pertama, meskipun perusahaan

memberikan jaminan penggantian terhadap produk dan layanan apabila yang diterima kepada seorang konsumen dirasa kurang memuaskan atas jasa yang diterima berupa komplain, namun konsumen cenderung akan menyebarkan review negatif di grup dan komentar media sosial mengenai keluhan yang dirasakan, tanpa melaporkan keluhannya kepada customer servis GOFRUIT agar dapat ditangani terlebih dahulu. yang kedua adanya sedikit-banyaknya pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dari testimoni terhadap pembelian kembali pelanggan GOFRUIT sehingga hal tersebut mengurangi tingkat kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap testimoni untuk membuat pelanggan merasa puas dan mengambil keputusan melakukan pembelian kembali, meskipun faktor lain turut mempengaruhi seperti persaingan dan kebijakan pelanggan sendiri untuk menentukan berbelanja di toko lain.

e. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian kembali.

Dapat diamati dari fenomena GOFRUIT puri indah, bahwa ketatnya persaingan menjadi faktor utama dalam penjualan GOFRUIT, namun dengan keunggulan lain yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk pelayanan pelanggan mampu mempengaruhi pelanggan untuk spontan atau memiliki niat untuk segera berbelanja kembali di toko GOFRUIT puri indah. bahwa dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang didapat oleh pelanggan, maka keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali akan meningkat.

f. Pengaruh testimoni terhadap pembelian kembali.

Dapat diamati bahwa meskipun testimoni dan review negatif yang tersebar mengenai komplain pelanggan lain yang dilihat dapat menurunkan minat pelanggan untuk melakukan pembelian kembali namun review dan testimoni positif dari bukti fisik mengenai cara GOFRUIT menangani komplain dan keluhan dilakukan dengan baik beserta jaminan yang diberikan sangat berpengaruh memutus keraguan terhadap keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali. Disimpulkan bahwa semakin tinggi keyakinan pelanggan terhadap testimoni yang diberikan oleh seorang pelanggan kepada pelanggan lainnya, maka akan semakin tinggi tingkat keinginan pelanggan dalam melakukan pembelian kembali secara langsung dan begitu pula sebaliknya.

g. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap pembelian kembali.

Dapat dianalisa bahwa kepuasan pelanggan belum cukup mempengaruhi pembelian kembali pelanggan meskipun pelanggan merasa puas atas apa yang didapatkan namun pelanggan berhak menentukan pilihan tempat belanjanya sendiri.

6. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dan keyakinan terhadap testimoni pelanggan yang disebarkan pelanggan lainnya, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap kedua faktor tersebut sebelum mempengaruhi faktor lain. Kualitas pelayanan dan testimoni hanya dapat mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian kembali secara langsung tanpa harus merasa ada kepuasan oleh konsumen. meskipun pelanggan merasa puas namun belum tentu pelanggan akan kembali melakukan pembelian di GOFRUIT puri indah karena adanya unsur persaingan dan kebijakan pelanggan.

Saran

a. Bagi perusahaan untuk meningkatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan

terhadap keputusan pembelian ulang seperti testimoni, kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian ulang dapat dilakukan dengan mengupayakan review atau testimoni pelanggan menjadi lebih positif dengan membuka laporan chat live kepada customer service terhadap keluhan pelanggan agar segera ditangani sebelum pelanggan menyebarkan review atau testimoninya kepada orang lain

b. Bagi penelitian selanjutnya sampel dapat ditambah jumlahnya, yaitu dengan melibatkan responden yang berasal dari pelanggan yang menggunakan jasa belanja online gofruit.id dan mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan faktor-faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi secara langsung ataupun melalui kepuasan pelanggan sehingga memberikan keputusan pembelian kembali di GOFRUIT

Daftar Pustaka

- Amelia, S. L., & Widayanto, W. (2019). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan PT. nasmoco Pemuda Semarang Bagian Servis). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 242–251.
- Awallia, D. . (2018). *Pengaruh Testimoni Dan Selebgram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah Iain Ponorogo*. [Tugas Akhir] IAIN Ponorogo.
- Firli, O. M., Rizal, M., Arifianti, R., & Husna, A. (2021). Pengaruh Selebrity Endorsme, Brand Image, dan Testimoni dalam Meningkatkan Minat Beli Produk (Studi Kasus: Instagram UKM Kylafood). *Bahtera Inovasi*, 4(2), 104–110.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least square (PLS)* (4th ed.). Universitas diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman editora.
- Heri, H., & Sihombing Maruba, S. (2018). Analisis Pengaruh Dimensi Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda (Studi pada PT. Capella Dinamik Nusantara Riau). *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1.
- Husein, U. (2017). Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis. In *Jakarta. PT Rajagrafindo Persada* (4th ed.). Rajagrafindo persada.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Prut, Y., Vaadia, E., Bergman, H., Haalman, I., Slovin, H., & Abeles, M. (1998). Spatiotemporal structure of cortical activity: properties and behavioral relevance. *Journal of Neurophysiology*, 79(6), 2857–2874.
- Saputra, J. (2020). *pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien dan pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali di rumah sakit jakarta eye center*. [Tugas Akhir] Mercu buana.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif* (1st ed.). Kencana Prenadamedia.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli, dan testimoni terhadap keputusan pembelian (studi pada situs jual beli online shop shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur periode february–april 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta. <https://www.pdfdrive.com/prof-dr-sugiyono-metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-intro-e56379944.html>
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41–53.
- Wibisono, O., Deborah, C., & Widjaja, S. (2021). *analisa dan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dan loyalitas pelanggan di pisa kafe surabaya*. 5(1).