



Analisis Kualitas Produk Terhadap Aplikasi Tokopedia Menggunakan Metode Kuantitatif

A. Faiz Ismail ^{1*}, Tata Sutabri ²

¹⁾²⁾ Universitas Bina Darma, Indonesia

faizismail486@gmail.com^{1*}, tata.sutabri@gmail.com²

Alamat: Jalan Jenderal Ahmad Yani No.12 Plaju

Korespondensi penulis: faizismail486@gmail.com

Abstract. *The aim of this research is to analyze the influence of product quality offered through the Tokopedia application on consumer purchasing decisions. The method used is descriptive statistical analysis and linear regression testing with a quantitative approach. The research sample consisted of 110 respondents from active Tokopedia users, whose data was collected through an online survey. The research results show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. The average product quality score of respondents was 4.16, which shows consumer satisfaction with the products available. Factors such as durability, noise, and conformity to specifications are important indicators for exuding product quality. This research also shows that the features in the Tokopedia application help improve consumer perceptions of product quality. Therefore, in order for Tokopedia to remain competitive in the e-commerce market, its main focus is developing application functionality and improving product quality*

Keywords: *Quality, Products, Purchases, Tokopedia*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk yang ditawarkan melalui aplikasi Tokopedia terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan pengujian regresi linier dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian terdiri dari 110 responden pengguna aktif Tokopedia, yang datanya dikumpulkan melalui survei online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Rata-rata skor kualitas produk responden sebesar 4,16 yang menunjukkan kepuasan konsumen terhadap produk yang tersedia. Faktor-faktor seperti daya tahan, keandalan, dan kesesuaian terhadap spesifikasi merupakan indikator penting untuk mengevaluasi kualitas produk. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa fitur-fitur pada aplikasi Tokopedia membantu meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Oleh karena itu, agar Tokopedia tetap kompetitif di pasar e-commerce, fokus utamanya adalah mengembangkan fungsionalitas aplikasi dan meningkatkan kualitas produk.

Kata kunci: Kualitas, Produk, Pembelian, Tokopedia

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat bertransaksi. E-commerce, khususnya aplikasi seperti Tokopedia, telah menjadi salah satu pilihan utama bagi konsumen di Indonesia. Tokopedia tidak hanya menyediakan platform bagi penjual untuk menawarkan produk, tetapi juga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mencari dan membeli barang secara online. Dalam konteks ini, kualitas produk menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Tokopedia, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, memiliki berbagai fitur yang mendukung penjual dan meningkatkan pengalaman pengguna. Penelitian mengenai kualitas produk di Tokopedia menunjukkan bahwa kualitas produk

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Berbagai studi telah dilakukan untuk menganalisis hubungan antara fitur aplikasi dan kualitas produk yang ditawarkan.

Kualitas produk merujuk pada karakteristik yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Di Tokopedia, kualitas produk tidak hanya ditentukan oleh spesifikasi teknis, tetapi juga oleh aspek-aspek seperti daya tahan, keandalan, dan kesesuaian dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan pembelian.

Selain itu, fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi Tokopedia, seperti ulasan pengguna dan rating produk, berperan penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Fitur ini memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan yang lebih informasi sebelum melakukan pembelian. Dengan demikian, analisis kualitas produk di Tokopedia tidak hanya mencakup evaluasi terhadap barang yang dijual, tetapi juga bagaimana aplikasi itu sendiri mendukung pengalaman berbelanja konsumen.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di aplikasi Tokopedia. Penelitian ini juga akan membahas bagaimana fitur aplikasi dapat meningkatkan persepsi kualitas produk di mata konsumen. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi Tokopedia dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan kepada pengguna.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis regresi. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk yang ditawarkan di aplikasi Tokopedia terhadap keputusan pembelian konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Tokopedia yang telah melakukan pembelian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, khususnya judgment sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu konsumen yang pernah membeli produk di Tokopedia dalam satu tahun terakhir. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 110 orang. Metode analisis yang digunakan termasuk analisis deskriptif dan regresi linier untuk menguji hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di aplikasi Tokopedia. Data dikumpulkan dari 300 responden yang merupakan pengguna aktif Shopee. Hasil analisis menunjukkan beberapa temuan kunci:

a. Kualitas Produk

Rata-rata skor kualitas produk yang diperoleh dari responden adalah 4,16, menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan di Tokopedia. Hal ini mencerminkan bahwa kualitas produk yang ada di platform tersebut memenuhi harapan pelanggan.

Indikator kualitas seperti daya tahan, keandalan, dan kesesuaian dengan spesifikasi mendapatkan penilaian positif, dengan rata-rata nilai berkisar antara 3,4 hingga 4,2, yang menunjukkan bahwa konsumen cenderung setuju bahwa produk yang mereka beli memiliki kualitas yang baik.

b. Fitur Aplikasi

Penelitian juga menemukan bahwa fitur-fitur dalam aplikasi Tokopedia, seperti sistem rating dan ulasan pengguna, berkontribusi signifikan dalam meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Fitur ini membantu konsumen dalam membuat keputusan yang lebih informasi sebelum melakukan pembelian.

Rata-rata nilai untuk fitur Tokopedia By Me mencapai 3,81, menunjukkan bahwa fitur tersebut menarik bagi konsumen dan mampu meningkatkan ketertarikan mereka terhadap produk.

c. Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t-hitung sebesar 5,417 dan signifikansi 0,000. Ini berarti semakin baik kualitas produk, semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas layanan yang baik menciptakan kepuasan yang lebih tinggi di kalangan konsumen, sehingga mendorong mereka untuk melakukan transaksi lebih banyak.

d. Aspek Lain yang Mempengaruhi

Meskipun kualitas produk mendapatkan penilaian positif, beberapa responden mengungkapkan ketidakpuasan terkait harga produk yang dianggap lebih tinggi

dibandingkan dengan platform lain. Ini menunjukkan perlunya evaluasi strategi harga oleh Tokopedia untuk meningkatkan daya tarik bagi konsumen.

4. PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian di aplikasi Tokopedia. Kualitas produk yang tinggi tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membangun loyalitas merek. Dengan rata-rata skor kualitas produk yang tinggi (4,16), dapat disimpulkan bahwa Tokopedia berhasil menyediakan produk yang memenuhi harapan konsumen.

Fitur-fitur aplikasi seperti ulasan dan rating menjadi alat penting bagi konsumen dalam mengevaluasi produk sebelum membeli. Fitur ini menciptakan transparansi dan memberikan informasi yang diperlukan bagi konsumen untuk membuat keputusan yang tepat. Penelitian menunjukkan bahwa responden cenderung memilih produk berdasarkan rekomendasi dan informasi yang diberikan oleh fitur-fitur tersebut.

Namun, tantangan tetap ada dalam hal harga. Beberapa konsumen merasa bahwa harga di Tokopedia lebih tinggi dibandingkan dengan platform lain, meskipun kualitas produk dinilai baik. Hal ini menunjukkan bahwa Tokopedia perlu mempertimbangkan strategi harga yang lebih kompetitif untuk menarik lebih banyak konsumen.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis kualitas produk di aplikasi Tokopedia, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Pengaruh Positif Kualitas Produk : Kualitas produk yang ditawarkan di Tokopedia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Rata-rata skor kualitas produk mencapai 4,16, menunjukkan bahwa konsumen umumnya merasa puas dengan produk yang tersedia di platform ini. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk, semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.
- b. Peran Fitur Aplikasi : Fitur-fitur dalam aplikasi Tokopedia, seperti sistem rating dan ulasan pengguna, berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Fitur ini memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan yang lebih informasi sebelum melakukan pembelian, sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk yang ditawarkan.

- c. Tantangan Harga : Meskipun kualitas produk dinilai baik, beberapa responden mengungkapkan ketidakpuasan terkait harga yang dianggap lebih tinggi dibandingkan dengan platform lain. Ini menunjukkan perlunya evaluasi strategi harga oleh Tokopedia untuk menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar e-commerce.
- d. Implikasi Manajerial : Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi Tokopedia untuk terus meningkatkan kualitas produk dan fitur aplikasi guna memenuhi harapan konsumen. Pengembangan fitur yang mendukung pengalaman pengguna serta evaluasi strategi harga akan sangat penting untuk mempertahankan daya saing di pasar e-commerce.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas produk di Tokopedia berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Peningkatan kualitas produk dan pengembangan fitur aplikasi yang mendukung informasi produk harus terus dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong keputusan pembelian.

DAFTAR REFERENSI

- Isliko, T. W. A. (2008). Indikator kualitas produk. Dalam *Teori pemasaran modern*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Maharani, A. A. (2021). Analisis fitur dan kualitas produk pada Tokopedia By Me. Program Studi Manajemen Universitas Paramadina. Diakses dari <https://repository.paramadina.ac.id>.
- Mahardini, S., Ibrahim, I. M., & Riwendi, A. (2023). Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 1-10. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.538>
- Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. (2023). Diakses dari <https://eprints.kwikkiangie.ac.id>.
- Priansyah, E., Sipayung, A. K., & Sutabri, T. (2024). Analisis efektivitas aplikasi Bibit dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat Kota Palembang menggunakan metode UTAUT. *J-ENSITEC (Journal of Engineering and Sustainable Technology)*, 10(2), 10119-10124.
- Rachmatullah, N., & Sutabri, T. (2023). Analisis manajemen pelayanan perbankan pada aplikasi BRI Mobile berbasis TI menggunakan framework ITIL V3. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(2), 69-73.

- Ranius, M. I. A., Sutabri, T., & Ranius, A. Y. (2023). Analisis manajemen pelayanan PT. KAI sebagai pengguna pada aplikasi KAI ACCESS berbasis teknologi informasi menggunakan framework ITIL Version 3. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(2), 135-140.
- Sutabri, T. (2012). *Analisis sistem informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sutabri, T. (2012). *Konsep sistem informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sutabri, T. (2023). Analisis layanan tata kelola aplikasi sistem informasi akademik dengan menggunakan Cobit 5 pada STIK Bina Husada. *Jurnal Ilmiah Binary STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggau*, 5(1), 61-70.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2008). *Service quality*. Andi Offset.
- Tunggul Birowo. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan promosi pada keputusan pembelian produk di Tokopedia. Skripsi, Perbanas Institute.