

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SISTEM TRANSAKSI ONLINE SHOP SHOPEE

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang Konsentrasi Pemasaran Semester VIII)

Dadang ¹, Heni Purnamasari ²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang

dadang_grage@umt.ac.id, hennifu@gmail.com

Keyword	Abstract
Trust, Customer Satisfaction and Transaction System	<p>The purpose of this research is to study the motivation and satisfaction of consumers towards the online shopee shopper transaction system. This study uses quantitative, population used in this study uses samples of students at the University of Muhammadiyah Tangerang with 96 students as respondents. Analysis of the data used in this study is simple linear regression, multiple linear, multiple test, determination test, F test and t test. The conclusions of this study are: 1) trust in the online shopee shopper transaction system. The results of the analysis can be introduced online shopee shop is an online site that can be trusted by students of the University of Muhammadiyah Tangerang Semestar Marketing 8. 2) customer satisfaction with the online shopee shopee transaction system. The results of the analysis carried out stated that the online shopee shop gave special satisfaction to students of the University of Muhammadiyah Tangerang Faculty of Economics and Business Concentration in Marketing VIII.</p>

© 2020 JMB, All right reserved

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman disetiap tahunnya semakin meningkat mengakibatkan perubahan sistem, baik secara langsung atau bahkan secara tidak langsung, pada sistem perdagangan, mulai dari sistem transaksi dan sistem pemasaran. Kemajuan teknologi banyak dimanfaatkan oleh organisasi, perusahaan atau bahkan perorangan adalah *internet*. *Internet* merupakan jaringan yang mudah didapatkan pada kota-kota besar saat ini, menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Indonesia (apjii.or.id) tahun 2017 menemukan banyaknya pengguna *internet* di Indonesia mencapai angka 143,26 juta jiwa atau 54,68% dari setengah jumlah penduduk di Indonesia saat ini sebesar 262 juta. Jika dilihat dari penggunaan *internet* saat ini menunjukkan

bahwa *internet* sangat bermanfaat untuk mengakses layanan media sosial.

Perkembangan teknologi setiap tahunnya semakin meningkat sehingga membuka peluang besar bagi para pembisnis untuk mendapatkan laba termasuk di Indonesia, seperti perdagangan berbasis *internet* atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce* (*electronic commerce*). Berkembangnya *e-commerce* telah merubah pola pikir seseorang untuk beralih menggunakan media online. Dengan menggunakan *internet* konsumen tidak perlu datang ke toko atau ke pusat perbelanjaan untuk mendapatkan barang sesuai keinginan konsumen.

Sebelum konsumen memutuskan untuk menggunakan sistem transaksi *online* ada beberapa hal yang dapat dipertimbangkan, kepercayaan (*trust*), kepercayaan berkaitan dengan keyakinan konsumen apakah situs jual beli *online* tersebut sudah aman dan dapat dipercaya. Faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu

bisnis terutama bisnis *online* ialah kepercayaan, ketika kepercayaan tidak bisa didapatkan disitus *online* maka perkembangan bisnis *online* akan menurun.

Beberapa kasus yang pernah terjadi di Shopee seperti kesalahan pada kode verifikasi (*kaskus.co.id*). Banyaknya resiko dibenak masyarakat untuk melakukan pembelian secara *online* menyebabkan pertimbangan untuk melakukan transaksi.

Dalam hal ini kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam berbisnis untuk dapat memenangkan persaingan. Pada hal ini perusahaan akan melakukan upaya untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggannya dan memenuhi keinginan konsumen. Beberapa perusahaan sadar akan hal mempertahankan pelanggan lebih memberikan keuntungan dari pada mencari konsumen yang baru.

Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli produk-produk *online* maka konsumen akan memperhatikan keuntungan dari produk tersebut, kegunaan produk tersebut, kualitas produk tersebut dan lainnya. Ketika konsumen merasa cocok dengan apa yang dicari maka konsumen akan melakukan pembelian, setelah selesai pada pembelian maka konsumen akan melakukan pada tahap yang dinamakan sistem transaksi. Ketika konsumen sudah memasuki sistem transaksi maka konsumen akan mengetahui apakah sistem transaksi yang di berikan situs *online* tersebut dapat dimengerti dan dijalankan dengan mudah serta dapat dipercaya. Dalam sistem transaksi jika konsumen merasa aman dengan sistem transaksi tersebut maka konsumen akan melakukan pembelian kembali, tetapi jika konsumen merasa tidak aman dengan sistem transaksi yang diberikan oleh situs *online* maka konsumen tidak akan melakukan transaksi kembali. Maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Transaksi Online Shop Shopee"**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan sistem transaksi *online* shop shopee ?

2. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap penggunaan sistem transaksi *online* shop shopee ?
3. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap penggunaan sistem transaksi *online* shop shopee ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disajikan maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan konsumen terhadap sistem transaksi *online* shop Shopee.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan konsumen terhadap sistem transaksi *online* shop Shopee
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh apakah kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap sistem transaksi *online* shop Shopee.

II. KAJIAN PUSTAKA

Kajian Teori

Menurut Azhar Susanto (2013:8) bahwa pengertian transaksi dalam bukunya yang berjudul sistem Infomasi Akutansi yang menyatakan bahwa Transaksi merupakan peristiwa terjadinya aktivitas bisnis yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

Menurut Mursyidi (2010:39) yang menyatakan bahwa pengertian transaksi dalam buku Akutansi Dasar bahwa definisi transaksi adalah kejadian yang terjadi dalam bisnis tidak hanya jual beli pembayaran dan penerimaan uang namun juga akibat adanya kehilangan kebakaran, arus dan juga peristiwa lainnya yang dinilai dengan uang.

Dari pengertian diatas maka menurut penulis sistem transaksi adalah pertukaran antara barang dan jasa yang terjadi pada penjual dan pembeli mulai dari awal hingga pada tahap pembayaran dalam bidang perusahaan bisnis.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:201), kepercayaan adalah kekuatan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua yang dibuat konsumen bahwa produk mempunyai objek, atribut, dan manfaat.

Menurut data diatas maka menurut penulis kepercayaan adalah faktor yang sangat penting karena kepercayaan dapat memicu konsumen untuk melakukan transaksi pada toko yang sudah memiliki kepercayaan

Menurut Sofjan Assauri (2013:11) kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan. Sebagai pelanggan mendasarkan kepuasannya semata-mata hanya pada dorongan harga, sedangkan kebanyakan pelanggan lainnya mendasarkan kepuasan pada keputusan pembelian atas dasar tingkat kepuasan produk yang mereka butuhkan.

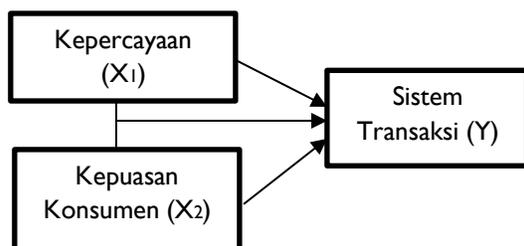
Dari definisi diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah kepuasan secara menyeluruh baik dari segi harga, pelayanan atau dari manfaat dari produk yang dibeli itu sendiri.

Penelitian Terdahulu

Judul, Nama Peneliti	Analisa yang digunakan peneliti
Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Transaksi Online , (Anang Sugara, Rizki Yudhi D : 2017)	Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi liner berganda Kepuasan menunjukan berpengaruh terhadap penggunaan sistem transaksi, Kepercayaan menunjukan berpengaruh secara simultan terhadap sistem transaksi
Analisi Persepsi Nasabah atas Keamanan dan Kepercayaan Dalam Sistem <i>E-payment</i> . (Petrus Hari Kuncoro Seno : 2012)	Data analisis menggunakan permodelan persamaan struktural penelitian menunjukan peran keamanan yang dirasakan dalam membangun Sistem keamanan pengguna dan pengaruh positif persepsi kepercayaan terhadap penggunaan <i>E-payments</i>

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk menggambarkan paradigma penelitian sebagai jawaban atas masalah penelitian. Dengan kerangka pemikiran tersebut diatas, maka dapat merumuskan hipotesis dalam penelitian ini, sebagai berikut :



Rumusan Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2013:134) merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang melalui pengumpulan data.

Berdasarkan masalah pokok dan tujuan penelitian, maka hipotesis yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh antara Kepercayaan (X1) dengan Sistem Transakai (Y)

Ha1 : Terdapat pengaruh antara Kepercayaan (X1) dengan Sistem Transakai (Y)

HO2 : Tidak terdapat pengaruh antara Kepuasan Konsumen (X2) dengan Sistem Transakai (Y)

Ha2 : Terdapat pengaruh antara Kepuasan Konsumen (X2) dengan Sistem Transakai (Y)

HO3 : Tidak terdapat pengaruh antara Kepercayaan (X1) dan Kepuasan Konsumen (X2) dengan Sistem Transakai (Y)

Ha3 : Terdapat pengaruh antara Kepercayaan (X1) dan Kepuasan Konsumen (X2) dengan Sistem Transakai (Y)

III. METODE PENELITIAN

penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif dan Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Hubungan kasual yang bersifat sebab akibat, salah satu variabel (independen) mempengaruhi variabel yang lain (dependen).

Dalam penelitian ini yaitu melihat pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Transaksi baik secara parsial maupun simultan pada pengguna Online Shop Shopee.

Sampel diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus *Lemeshow*, Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden.

Teknik pengumpulan sampling yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan

teknik *Purposive Sampling* yaitu satu teknik *sampling non probability* dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yaitu Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang Manajemen Pemasaran Semester 8 yang menggunakan aplikasi Online Shopee.

Metode pengumpulan data menggunakan data primer dengan menyebar kuesioner (Angket). Metode pengumpulan data menggunakan SPSS dengan metode analisis sebagai berikut :

1. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana berguna untuk mendapatkan pengaruh variabel kriterium, atau untuk mencari hubungan fungsional satu variabel, atau untuk meramalkan satu variabel prediktor. Rumus persamaan regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Sumber : Sugiyono (2016)

Keterangan :

- Y = Variabel terikat
- a = Konstanta
- b = Koefisien variabel X
- X = Variabel bebas

Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang diisyaratkan memenuhi koefisien korelasi dan koefisien determinasi.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Transaksi Online Shop Shopee dapat menggunakan teknik analisi regresi berganda, untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh kuantitatif dari suatu variabel X terhadap variabel Y. Analisis regresi menggunakan rumus persamaan regresi berganda seperti dikutip dalam Sugiyono (2015:192), adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Sumber : Sugiyono (2015:192)

Keterangan:

- Y = Kinerja Bagian Smpel
- α = Konstanta
- b_1, b_2 = Koefisiensi regresi

- X_1 = Nilai Variabel Independen 1
- X_2 = Nilai Variabel Independen 2
- e = Variabel pengganggu (Error)

3. Uji Korelasi Berganda

Koefisien korelasi berganda adalah alat analisis yang menunjukkan keeratan hubungan antara variabel independen (kepuasan dan kepercayaan konsumen) terhadap variabel dependen (sistem transaksi).

Menurut sugiyono (2018:193) mengemukakan bahwa korelasi ganda dimaksudkan untuk mencari besarnya menggambarkan hubungan antara variabel X_1, X_2 dan Y. Adapun untuk koefisien korelasi berganda (R) dengan rumus:

$$R_{x_1x_2} = \frac{r^2yx_1 + r^2yx_2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r^2x_1x_2}$$

Sumber : Sugiyono (2015: 231)

Keterangan;

- r = koefisien korelasi ganda antara variabel X_1 dan X_2
- r^2yx_1 = Koefisien korelasi antara X_1 dan Y
- r^2yx_2 = koefisien korelasi antara X_2 dan Y
- $r_{x_1x_2}$ = koefisien korelasi antara X_1 dan X_2

4. Uji Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari variabel bebas (X) terhadap variabel terkait (Y), biasanya dinyatakan dalam persentase. Berikut ini rumus dari Koefisien Determinasi:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Sumber Sugiyono (2015:231)

Keterangan :

- KD = Koefisien Determinasi
- R = Nilai Koefisien Korelasi

5. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y) :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Sumber : Sugiyono (2013:266)

Keterangan :

$F = F_{hitung}$ yang selanjutnya
dibandingkan dengan F_{tabel}

$R^2 =$ Kuadrat Koefisien Korelasi Ganda

$n =$ Jumlah sampel

$k =$ Jumlah variabel bebas (*independent variabel*)

Kesimpulan :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya ada hubungan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian pengujian model tersebut dikatakan baik.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_o diterima, artinya tidak ada hubungan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian pengujian model tersebut dikatakan tidak baik.

6. Uji t

Uji t statistik digunakan untuk menguji apakah variabel independen Kepercayaan Kosumen (X_1) dan Kepuasan Konsumen (X_2), secara hubungan berdampak terhadap variabel dependen hasil Sisten Transaksi Online Shop Shopee. Pengujian ini dilakukan dengan asumsi bahwa variabel-variabel lain adalah nol.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : Sugiyono (2013:257)

Keterangan :

$t_o = t_{hitung}$

$r =$ Koefisien Korelasi

$n =$ Jumlah Sampel

Kesimpulan :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_o ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dengan demikian hipotesis dapat diterima / terbukti.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dan $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dengan demikian hipotesis ditolak / tidak terbukti

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat dilihat dibawah ini :

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Nilai B
(Constant)	12.045
Kepercayaan (X1)	.696

$$Y = 12,045 + 0,696 X_1$$

Nilai $a = 12,045$ yang menunjukkan nilai konstan, dimana besarnya sistem transaksi 12,045 apabila kepercayaan adalah nol. Nilai $b = 0,696$ yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi, artinya adalah **adanya pengaruh positif antara kepercayaan terhadap sistem transaksi**. Jika kepercayaan naik sebesar 1 satuan maka sistem transaksi juga akan meningkat sebesar 0,696. Kepercayaan berpengaruh terhadap sistem transaksi karena shopee memberikan kepercayaan tersendiri bagi penggunaannya, dan kepercayaan itu dapat ditunjukkan dengan perhitungan yang sudah dilakukan oleh penulis.

Model	Nilai B
(Constan)	10.526
Kepuasan Konsumen (X2)	.751

$$Y = 10,526 + 0,751 X_2$$

Nilai $a = 10,526$ yang menunjukkan nilai konstan, dimana besarnya sistem transaksi 10,526 apabila kepuasan konsumen adalah nol. Nilai $b = 0,751$ yang menunjukkan nilai koefisien regresi, artinya adalah **adanya pengaruh yang positif antara kepuasan konsumen terhadap sistem transaksi**. Jika kepuasan konsumen naik sebesar 1 satuan, maka sistem transaksi juga akan meningkat sebesar 0,751. Shopee merupakan online shop yang sering digunakan saat ini dan juga memberikan kepuasan bagi para penggunaannya, dibuktikan dengan perhitungan yang sudah dilakukan oleh peneliti.

b. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Nilai B	Sig
(Constant)	8.657	.016
Kepercayaan (X1)	.257	.086
Kepuasan Konsumen (X2)	.534	.001

$$Y = 8,657 + 0,257 X_1 + 0,534 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi diatas maka dapat diartikan dan disimpulkan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 8,657 menyatakan bahwa, jika variabel independen nilainya adalah

nol. Maka sistem transaksi pada shopee adalah sebesar 8,657.

- b. Nilai a variabel kepuasan (X_1) sebesar 0,257, artinya adalah setiap kepuasan memberikan penambahan, maka sistem transaksi (Y) naik sebesar 0,257
- c. Nilai b variabel kepercayaan konsumen (X_2) sebesar 0,534, artinya adalah setiap kepuasan konsumen memberikan penambahan, maka sistem transaksi (Y) naik sebesar 0,534.

Ketika konsumen memiliki rasa kepercayaan dan kepuasan tersebut maka sistem transaksi shopee meningkat, dalam artian ini adalah ketika pengguna merasa kepercayaan dan kepuasannya sudah terpenuhi maka konsumen akan melakukan transaksi, dimana transaksi tersebut memberikan penambahan.

c. Uji Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 ^a	.477	.466	3.406

- a. Predictors: (Constant),
- b. Kepuasan Konsumen (X_2),
- c. Kepercayaan (X_1)

Koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,691. Karena hasil tersebut berada diantara 0,60 – 0,799 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang **kuat** antara kepercayaan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap sistem transaksi. Shopee memberikan kepuasan tersendiri bagi penggunanya mulai dari sistem transaksi yang mudah dipahami bagi pengguna, promo yang ditawarkan semakin menarik. Bukan hanya ditunjukkan dengan perhitungan yang sudah dilakukan tetapi juga dibuktikan dengan penggunaan shopee itu sendiri.

d. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.691 ^a	.477	.466	3.406	1.640

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kepuasan Konsumen
- b. Dependent Variable: Sistem Transaksi

koefisien determinasi R Square adalah sebesar 0,477 (R^2) didapat dari perkiraan ($R =$

$0,691 \times 0,691 = 0,477$). Besarnya koefisien determinasi adalah 0,477 atau 47,7% sedangkan sisanya 52,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti. Dengan perhitungan yang sudah dilakukan oleh penulis nilai pengaruh antara kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap sistem transaksi kurang dari 50% maka itu bisa dikatakan pengaruhnya cukup sedikit, ini menjadi bahan untuk perbaikan bagi pihak shopee untuk kedepannya.

e. Uji F

F hitung	F tabel	Df
42.421	3.090	93

Berdasarkan analisis uji F diatas adalah sebagai berikut :

dapat dilihat F hitung sebesar 42.421 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Untuk $df_1 = 2$ dan $df_2 = 93$ dan tingkat alpha 0,05 (5%) dapat nilai F tabel sebesar 3,090 jika dibandingkan dengan F hitung dengan F tabel maka $42.421 > 3.090$. Dan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menyimpulkan **H_a diterima** karena terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap sistem transaksi dan **H_0 ditolak**. Dapat dilihat dari penjelasan diatas dikatakan H_a diterima yang artinya shopee memiliki sistem transaksi yang kuat untuk dapat memberikan kepercayaan dan kepuasan pada penggunanya.

f. Uji t

Berdasarkan uji T yang dilakukan adalah sebagai berikut :

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.045	3.604		3.342	.001
X1	.696	.087	.637	8.013	.000

a. Dependent Variable: Y

Menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X_1) memiliki t hitung sebesar 8,013 dengan signifikan 0,000 dan t tabel sebar 1,985 dengan tingkat signifikansi α 5% atau 0,5 dan $df = 96 - 2 = 94$, karena t hitung $8,013 > 1,985$ t tabel **maka H_a diterima dan H_0 ditolak**, yang artinya adalah terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap sistem transaksi yang

menjukkan bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel.

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.526	3.397		3.099	.003
X2	.751	.084	.678	8.951	.000

a. Dependent Variable: Y

menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen (X2) memiliki t hitung sebesar 8,951 dengan signifikan 0,000 dan t tabel sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi α 5% atau 0,5 dan $df = 96 - 2 = 94$, karena t hitung 8,951 > 1,985 t tabel maka **Ha diterima dan Ho ditolak**, yang artinya adalah terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan konsumen terhadap sistem transaksi yang dimana nilai dari t hitung lebih besar dari t tabel maka bisa dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap sistem transaksi online shop shopee maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. terdapat pengaruh kepercayaan terhadap sistem transaksi. Hal ini dengan ditunjukannya hasil dari perhitungan regresi dengan hasil perhitungan yang didapat Nilai $a = 12,045$ dan Nilai $b = 0,696$ yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi, hipotesis diperoleh dari hasil t hitung sebesar 8,013 dan t tabel sebesar 1,985, maka dapat disimpulkan bahwa t hitung > t tabel yang artinya adalah **Ha diterima dan Ho ditolak** dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dan kepuasan terhadap sistem transaksi.
2. terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap sistem transaksi. Hal ini dengan ditunjukannya hasil dari perhitungan regresi dengan hasil perhitungan yang didapat Nilai $a = 10,526$ dan Nilai $b = 0,751$ yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi, hipotesis diperoleh dari hasil t hitung sebesar 8,951 dan t tabel sebesar 1,985, maka dapat disimpulkan bahwa t hitung > t tabel yang artinya adalah **Ha diterima dan Ho ditolak** dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan

antara kepercayaan dan kepuasan terhadap sistem transaksi

3. terdapat pengaruh kepercayaan (X1) dan kepuasan konsumen (X2) terhadap sistem transaksi (Y) secara bersama-sama. Hal ini ditunjukkan perhitungan menggunakan SPSS berdasarkan pengujian hipotesis yang diperoleh F tabel sebesar 42,421 > F tabel sebesar 3.090 maka **Ho ditolak dan Ha diterima** yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap sistem transaksi online shop shopee.

Saran

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa kepercayaan dan kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap sistem transaksi.

1. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, diharapkan shopee untuk memperhatikan kualitas barang yang dijual pedagang dan meningkatkan keamanan sistem dalam bertransaksi.
2. untuk meningkatkan kepuasan terhadap konsumen diharapkan shopee lebih memudahkan dalam penggunaan promo-promo, lebih ditingkatkan lagi sistem kecepatan aplikasinya agar konsumen semakin merasa puas dengan apa yang sudah shopee berikan dan memberikan respon yang cepat kepada konsumen yang melakukan komplek.
3. Dari dua variabel kepercayaan dan kepuasan konsumen yang berpengaruh terhadap sistem transaksi diharapkan shopee dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian melalui situs online shop shopee.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII **Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia**, di akses apada 27 Maret 2019
- Assauri Sofjan, 2013. **Strategic Marketing**, Rajawali Pers: Jakarta, Hal 11
- Azhar Susanto, 2013. **Sistem Informasi Akutansi**. Bandung: Lingga Jaya
- Mursyidi. 2010, **Akutansi Dasar**. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sangadji, E.M., dan Sopiah, 2013. **Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis**

- Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian.**
Yogyakarta: Penerbit Andi
- Seno Petrus Hari Kuncoro, 2012. Ekonomi dan Bisnis Analisa Persepsi Nasabah atas Kepercayaan dalam Sistem E-payment, **Jurnal Politeknik Negeri Jakarta**
- Sugiyono, 2013. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.** Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2015. **Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods),** Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2018. **Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D.** Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. 2016. **Metode Penelitian Manajemen,** Cetakan kelima. Bandung: Alfabeta
- Sugara Anang, 2017. **Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Transaksi Online.**
www.kaskus.co.id.