

Pengaruh Diskon dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Tix ID di Kota Banjarmasin

Nadya Eka Ermida¹⁾, Saladin Ghalib¹⁾, Nurul Wahyuni¹⁾

¹⁾Prodi Ilmu Administrasi Bisnis/Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat
Alamat Email : nadyaekaa@gmail.com salgha_net@yahoo.com nurul.wahyuni@ulm.ac.id

ABSTRACT : *Marketing is all efforts that start from identifying the needs of consumers, determining the right product or service to be marketed, coordinating with other management functions, and developing offers through promotional and distribution strategies. This study aims to determine the effect of discounts and electronic service quality partially and simultaneously on customer satisfaction. Respondents in this study were users of the Tix ID application in Banjarmasin City who were taken using the accidental sampling technique, so that there were 110 respondents who used the Tix ID application as the research sample. Data collection techniques by means of questionnaires and data analysis techniques used are multiple linear regression analysis using SPSS 25.0. The results of this study indicate that partially the discount variable (X1) has no significant effect on customer satisfaction (Y) with a significant value of $0.293 > 0.05$ with a t value of $1.056 < t$ table 1.982, and electronic service quality (X2) has a significant effect on customer satisfaction (Y) with a significant value of $0.000 < 0.05$ with a value of t count $12.080 > t$ table 1.982. Simultaneously, the discount variable (X1) and the quality of electronic services (X2) have a significant effect on customer satisfaction (Y) with a significant value of $0.000 < 0.05$ with a calculated F value of $84.978 > F$ table 3.08.*

Keywords: *Discounts, Electronic Service Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih, membuat penggunaan internet menjadi hal yang tidak asing lagi dilakukan untuk memasarkan suatu produk maupun jasa. Hal ini mempengaruhi perilaku dan membawa perubahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi. Mudahnya penggunaan internet menimbulkan adanya aplikasi *online* yang merupakan salah satu inovasi perusahaan dalam mengembangkan usaha dengan kemajuan teknologi dan internet. Aplikasi *online* tak hanya diminati oleh perusahaan, namun juga diminati oleh masyarakat. Dimana masyarakat juga mulai menggunakan aplikasi sebagai sarana dalam melakukan kegiatan tertentu agar lebih cepat, praktis, hemat waktu bahkan juga hemat biaya. Aplikasi *online* kini sudah semakin berkembang, contohnya pada transaksi *online* penjualan tiket (*e-ticketing*). Para pengusaha mulai mengembangkan ide bisnis penjualan tiket *online* (*e-ticketing*) tidak hanya dalam penjualan tiket penginapan, pesawat, kereta, maupun transportasi lainnya, melainkan juga merambah ke dunia perfilman yaitu penjualan tiket bioskop secara *online*. Hal tersebut didukung dengan pertumbuhan jumlah penonton bioskop di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya.

Seiring dengan perkembangan ekonomi tingkat persaingan bisnis di bidang industri saat ini semakin lama semakin ketat. Oleh sebab itu, para pengusaha sekarang ini mulai bersaing untuk terus berinovasi melalui aplikasi *online* untuk memesan tiket bioskop agar tidak menimbulkan antrian. Di Indonesia sendiri sudah ada beberapa aplikasi *online* yang menyediakan jasa layanan transaksi tiket bioskop yaitu BookMyShow, CGV Cinemas Indonesia, Cinema 21 (MTix), dan Tix ID.

Tabel 1.1 Data Pengunduh dan Rating Aplikasi *e-ticketing* Bioskop di Indonesia

sampai tanggal 1 Oktober 2020

No.	Nama Aplikasi	Jumlah Pengunduh	Rating
1.	Tix ID	5 juta+	4,7
2.	Cinema 21 (MTix)	5 juta+	4,3
3.	CGV Cinemas Indonesia	1 juta+	4,2
4.	BookMyShow	500 ribu+	3,6

Sumber: Play Store

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Tix ID dan MTix menduduki dua urutan teratas, dilihat dari rating/penilaian Tix ID memiliki rating lebih tinggi daripada MTix dengan jumlah pengunduh aplikasi yang sama banyaknya yaitu sebanyak 5 juta lebih pengguna. Di urutan selanjutnya ada platform aplikasi CGV Cinemas Indonesia dengan jumlah pengunduh sebanyak 1 juta lebih pengguna dengan rating 4,2 dan BookMyShow diunduh sebanyak 500 ribu lebih pengguna dengan rating 3,6. Dalam hal ini Tix ID mampu mengalahkan pesaingnya seperti Cinema 21(MTix), CGV Cinemas Indonesia, dan BookMyShow yang sudah lebih dulu hadir sebelum adanya Tix ID. Namun, diantara keempat aplikasi *e-ticketing* bioskop seperti yang telah disebutkan, hanya dua aplikasi yang terdukung untuk bisa digunakan di Kota Banjarmasin yaitu Tix ID dan MTix. Hal tersebut dikarenakan satu-satunya jaringan bioskop yang ada di Banjarmasin hanyalah Cinema XXI sedangkan CGV Cinemas Indonesia diperuntukkan untuk memesan tiket bioskop melalui jaringan CGV dan BookMyShow yang juga masih belum mendukung pembelian tiket bioskop di Kota Banjarmasin. Maka aplikasi *e-ticketing* bioskop yang mampu digunakan di Kota Banjarmasin hanyalah Tix ID dan MTix. Berikut adalah tabel perbandingan dua aplikasi *e-ticketing* bioskop yaitu Tix ID dan MTix.

Tabel 1.2 Perbandingan aplikasi *e-ticketing* bioskop Tix ID dan MTix

Tix ID	MTix
1) Biaya Admin Rp 3.000,00 per tiket.	1) Biaya Admin Rp 1.000,00 per tiket.
2) Saldo Top Up minimal Rp 10.000,00.	2) Saldo Top Up minimal Rp 100.000,00.
3) Pengisian saldo melalui atm ataupun mobile banking dan DANA.	3) Pengisian saldo melalui aplikasi mobile banking (BCA, Mandiri, BRI) dan Tokopedia.
4) Dapat memesan tiket bioskop dari jaringan Cinema 21 dan CGV Cinema Indonesia.	4) Hanya dapat memesan tiket bioskop jaringan Cinema 21.

Sumber: magazine job-like.com

Dari Tabel 1.2 terlihat perbandingan dari aplikasi *e-ticketing* bioskop Tix ID dan MTix dimana untuk biaya admin MTix lebih murah yaitu selisih Rp 2.000,00 daripada Tix ID. Namun, untuk Saldo Top Up pada Tix ID hanya dengan minimal Rp 10.000,00 saja sudah dapat terisi saldo, sedangkan untuk aplikasi MTix pengguna harus mengeluarkan biaya lebih besar yaitu minimal sebesar Rp 100.000,000. Pengisian saldo pada aplikasi MTix hanya dapat dilakukan melalui mobile banking dan Tokopedia, sedangkan aplikasi Tix ID dapat juga dilakukan melalui atm maupun mobile banking melalui platform dompet digital yaitu DANA. Yang terakhir, pengguna dapat membeli tiket bioskop dari Cinema 21 dan CGV Cinema Indonesia melalui aplikasi Tix ID, sedangkan pada aplikasi MTix pengguna hanya dapat membeli tiket bioskop dari Cinema 21.

Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang digunakan untuk mengukur keberhasilan sebuah produk atau jasa. Kepuasan dan penilaian yang diberikan oleh konsumen dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas apabila produk yang diterima dan dirasakan sesuai dengan yang mereka harapkan. Tingkat kepuasan pelanggan dapat dijadikan dasar perbaikan dalam strategi pemasaran suatu perusahaan, karena itu tingkat kepuasan sangat di butuhkan untuk menjadi tolak ukur kesuksesan sebuah perusahaan terhadap produk atau jasa yang dikeluarkannya. Menurut Irawan (2002) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas layanan, emosi, serta biaya dan kemudahan.

Dalam hal ini Tix ID berusaha menarik perhatian pelanggan agar menggunakan aplikasi Tix ID ketika melakukan transaksi pembelian tiket bioskop melalui promo-promo menarik yang ditawarkan salah satunya adalah promo diskon. Hal ini adalah salah satu alasan mengapa Tix ID sekarang mempunyai daya saing tinggi terhadap kompetitor lainnya. Tix ID berusaha memuaskan konsumen dengan berbagai diskon yang ditawarkan. Bahkan Tix ID berani mengadakan diskon hingga 50%, yang dimana hal ini tentu saja mampu menekan harga penjualan tiket bioskop pada umumnya menjadi lebih terjangkau. Menurut Tjiptono (2008:229) potongan harga/diskon merupakan salah satu jenis dari promosi penjualan. Potongan harga adalah pengurangan produk dari harga normal dalam periode tertentu. Diskon atau potongan harga merupakan salah satu strategi bisnis yang diterapkan oleh para pelaku bisnis.

Diskon atau potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu (Sutisna, 2002:302). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Eko Budiyo (2018) menyatakan bahwa diskon harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, karena adanya diskon harga dapat menimbulkan rasa senang pada konsumen sehingga pada akhirnya konsumen dapat merasa

puas atas produk yang mereka peroleh. Selain itu mengutip hasil penelitian Indri Kartika Dewi dan Andriani Kusumawati (2018) yang menyatakan bahwa konsumen merasa puas setelah mendapatkan tiket pesawat dengan harga diskon sesuai harapan. Selain potongan harga (diskon), kualitas layanan juga menjadi faktor pendorong yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan dianggap tidak baik atau kurang dan tidak sesuai yang diharapkan oleh pelanggan maka dapat menimbulkan rasa kecewa dan tidak puas terhadap kualitas yang diberikan. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2005), kualitas jasa (*service quality*) sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Dalam memasarkan produknya, perusahaan tidak hanya menyediakan pelayanan dengan menggunakan sistem konvensional, tetapi juga menggunakan pelayanan elektronik. *E-Service Quality* atau kualitas layanan elektronik merupakan versi baru dari *Service Quality* (*servqual*). *E-servqual* dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan internet. *E-servqual* didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien (Jonathan, 2013). Adanya kualitas layanan elektronik diharapkan dapat mempermudah pelanggan dalam mengakses setiap kegiatan transaksi, mulai dari pemesanan, pengecekan serta pembayaran. Kualitas layanan elektronik juga sangat berperan secara efektif dan efisien dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, dikarenakan dapat diakses dimana saja, kapan saja, hanya melalui internet, tanpa harus melakukan kegiatan transaksi secara langsung ke perusahaan tersebut. Selain meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas layanan elektronik dapat memberikan beberapa manfaat lain bagi perusahaan, seperti mengurangi biaya operasional, meningkatkan produktivitas, serta meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Kualitas pelayanan jasa menurut Tjiptono (2014:268), adalah tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas seberapa besar keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Puspa Chairunnisa Chesanti dan Retno Setyorini (2017) menyatakan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana semakin bagus kualitas layanan dari sebuah aplikasi akan berpengaruh kepada tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen. Begitu pula dengan hasil penelitian dari Yustisi Suci Widiaputri, dkk (2018) dan Dewi Rinjani (2019) yang menyatakan bahwa *E-Service Quality* atau kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan elektronik atau *e-service quality* pada aplikasi Tix ID berperan penting untuk menjangkau para penikmat biokop tanah air. Dalam hal ini platform digital Tix ID menggunakan kecanggihan teknologi dan jaringan internet untuk dapat menyediakan jasa bagi konsumennya.

Hal ini sebenarnya dapat menimbulkan perspektif positif maupun negatif. Bagi sebagian orang mungkin akan berpikir hal tersebut akan lebih menguntungkan perusahaan yang menerapkan sistem tersebut. Namun, jika *customer* dapat berpikir lebih dalam lagi bahwa hal tersebut juga berdampak positif, karena dengan hal tersebut dapat lebih menghemat waktu juga irit biaya. Contohnya, seringkali terlihat antrian panjang pembelian tiket di bioskop ketika ada tayangan film baru di bioskop, dalam hal ini akan lebih banyak biaya yang dikeluarkan, selain terbuang waktu karena lamanya waktu mengantri, juga biaya lain yang tidak kita duga seperti biaya parkir yang akan lebih mahal karena kita lebih lama berada di sebuah bioskop.

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa kemudahan dari penerapan kualitas layanan elektronik ini tidak selalu dapat menimbulkan penilaian positif pada semua pengguna aplikasi Tix ID. Masih terdapat beberapa keluhan dari para pelanggan mengenai kualitas dari aplikasi Tix ID ini, hal itu dapat dilihat dari ulasan para pengguna pada kolom ulasan yang disediakan oleh Playstore. Pada kolom tersebut terdapat banyak keluhan dari pengguna aplikasi Tix ID yang telah mengunduh dan menggunakan aplikasi Tix ID dengan berbagai kendala teknis saat menggunakan aplikasi tersebut, terutama pada saat diadakannya promo seperti diskon, seringkali aplikasi Tix ID mengalami server *down* dikarenakan banyaknya pelanggan yang memesan tiket pada saat promo diskon tersebut namun Tix ID belum mampu menampung banyaknya pesanan yang masuk pada aplikasi *e-ticketing* tersebut. Adanya kolom ulasan pada Playstore dari pengguna aplikasi yang merasa tidak puas, serta kurangnya ketanggapan menunjukkan bahwa aplikasi Tix ID belum sepenuhnya maksimal dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Berdasarkan permasalahan, fenomena serta beberapa pendukung dari penelitian terdahulu yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang

berjudul “Pengaruh Diskon dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi TIX ID Di Kota Banjarmasin”.

LANDASAN TEORI

1. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk/jasa (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Terdapat 3 indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2004:101) yaitu Kesesuaian harapan, Minat menggunakan kembali dan Ketersediaan untuk merekomendasi.

2. Diskon

Diskon merupakan pengurangan terhadap harga yang telah ditetapkan karena pembeli memenuhi syarat yang telah ditetapkan. Strategi diskon bertujuan untuk meningkatkan jumlah pembelian. Menurut Sutisna (2002:32) potongan harga/diskon adalah pengurangan harga produk/jasa dari harga normal dalam periode tertentu. Yang menjadi indikator diskon antara lain Besarnya potongan harga, Masa potongan harga dan Jenis produk yang mendapatkan potongan harga

3. Kualitas Layanan Elektronik

Kualitas layanan elektronik didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien. Menurut Parasuraman, Zeithmal, & Malhotra (Anggraeni & Yasa, 2012), kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) merupakan tingkat sebuah website yang memberi wadah kepada konsumen saat melakukan jual beli dan pengiriman baik produk dan jasa secara efektif dan efisien. Ladhari (2010) mengusulkan enam dimensi indikator dari kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yaitu *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Privacy/security* (privasi/keamanan), *Information quality/benefit* (manfaat/kualitas informasi), *Ease of use/usability* (kemudahan penggunaan/kegunaan) dan *Web design* (desain situs/web)

METODE PENELITIAN

Berdasarkan pada permasalahan yang diteliti, pendekatan penelitian yang dilakukan adalah pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Pendekatan kuantitatif adalah suatu pendekatan yang secara primer, menggunakan strategi penelitian seperti eksperimen dan survei yang memerlukan data statistik. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory* yang bertujuan untuk menguji pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap satu atau lebih variabel dependen. Dalam hal ini untuk menguji pengaruh kualitas produk sebagai variabel independen yaitu diskon (X1) dan kualitas layanan elektronik (X2) terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (Y) pada aplikasi Tix ID di Kota Banjarmasin.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009:85). Kriteria responden yang diambil sebagai sampel adalah Berdomisili di kota Banjarmasin, Berusia minimal 17 tahun dan Pernah melakukan transaksi pembelian tiket bioskop melalui aplikasi Tix ID dalam 6 bulan terakhir. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.058	2.520		-.023	.982
	Diskon	.084	.079	.067	1.056	.293
	Kualitas Layanan Elektronik	.490	.041	.761	12.080	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Interpretasi persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar -0,058 menunjukkan bahwa apabila variabel X_1 (Diskon) dan X_2 (Kualitas Layanan Elektronik) tidak mengalami perubahan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar -0,058.
- Koefisien X_1 (Diskon) sebesar 0,084 menunjukkan bahwa apabila nilai X_1 ditingkatkan dari 1 satuan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) naik sebesar 0,084.
- Koefisien X_2 (Kualitas Layanan Elektronik) sebesar 0,490 menunjukkan bahwa apabila nilai X_2 ditingkatkan dari 1 satuan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) naik sebesar 0,490.

2. Hasil Uji t dan Uji F

Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.058	2.520		-.023	.982
	Diskon	.084	.079	.067	1.056	.293
	Kualitas Layanan Elektronik	.490	.041	.761	12.080	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

- Berdasarkan uji statistik t, diperoleh nilai t hitung sebesar 1,056 lebih kecil dari t tabel 1,982 ($1,056 < 1,982$) dan nilai sig untuk pengaruh Diskon (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar $0,293 > 0,05$, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Diskon (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada pengguna aplikasi Tix ID di Banjarmasin.
- Berdasarkan uji statistik t, diperoleh nilai t hitung sebesar 12,080 lebih besar dari t tabel 1,982 ($12,080 > 1,982$) dan nilai Sig untuk pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar $0,00 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan Elektronik (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada pengguna aplikasi Tix ID di Banjarmasin.

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	644.764	2	322.382	84.978	.000 ^b
	Residual	405.927	107	3.794		
	Total	1050.691	109			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Elektronik, Diskon

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh diskon dan kualitas layanan elektronik secara simultan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $84,978 > F$ tabel 3,08, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Diskon (X_1) dan Kualitas Layanan Elektronik (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada pengguna aplikasi Tix ID di Banjarmasin.

3. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.783 ^a	.614	.606	1.94774	1.971

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Elektronik, Diskon

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Output SPSS 25 pada Tabel di atas, diketahui nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,783. Besarnya angka koefisien determinasi (*R Square*) 0,606 sama dengan 60,6%. Angka tersebut mengandung arti bahwa pengaruh Diskon dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 60,6%. Sedangkan koefisien korelasi (R) memiliki tingkat hubungan kuat karena nilai R 0,606 berada antara 0,600 – 0,799.

4. Interpretasi Hasil

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (Uji t) pengaruh variabel diskon (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai sig $0,293 > 0,05$. Yang berarti diskon yang diadakan pada aplikasi Tix ID belum mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan secara parsial.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (Uji t) pengaruh variabel kualitas layanan elektronik (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$, nilai tersebut bertanda positif yang menandakan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, dimana semakin baik kualitas layanan elektronik pada aplikasi Tix ID, maka akan diikuti pula semakin tingkat tingginya kepuasan pelanggan.

Pengaruh Diskon dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan pengaruh diskon (X1) dan kualitas layanan elektronik (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh signifikan positif dengan nilai F hitung adalah $84,978 > F$ tabel 3,09 dan kolom sig adalah 0,000 yang berarti signifikan positif karena kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut jika seluruh variabel independen yaitu diskon dan kualitas layanan elektronik dapat terpenuhi maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan aplikasi Tix ID di kota Banjarmasin.

KESIMPULAN

1. Secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel diskon (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan nilai signifikansi $0,293 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,056 < t$ tabel 1,982. Maka berarti H_0 diterima dan H_1 penelitian ini ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Diskon (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) aplikasi Tix ID di Kota Banjarmasin.
2. Secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas layanan elektronik (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $12,080 > t$ tabel 1,982. Maka berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) aplikasi Tix ID di Kota Banjarmasin.
3. Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel diskon (X1) dan kualitas layanan elektronik (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai F hitung $84,978 > F$ tabel 3,08. Maka berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa Diskon (X1) dan Kualitas Layanan Elektronik (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) aplikasi Tix ID di Kota Banjarmasin.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Amstrong, G dan P. Kotler (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Perhalindo.
- Anggraeni, NMS dan Yasa, NNK (2012). E-Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol.16, No.2, p. 333-337.
- Asadpoor, Saeedeh, Abolfazl Abolfazli (2017). Effect of Electronic Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty Saderat Bank's Customers. *International Journal and Scientific Study*. Vol. 5, Issues 4, p. 407 – 411. ISSN 2321 – 6379.
- Assauri, Sofjan (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aufa, Rizky Akmal, Arlin Ferlina Mochamad Trenggana (2019). Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi M-TIX Mobile Cinema XXI. *e-Proceeding of Management*. Vol. 6, No. 3, p. 6101 – 6108. ISSN: 2355 – 9357.
- Baiti, Nur, Siti Saroh, Ratna Nikin Hardati (2020). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan Prima Dan Penetapan Harga Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Fajar Musik Studio Jl. Hasanudin No. 223A Kota Batu). *JIAGABI*. Vol. 9, No. 1, p. 8 – 15. ISSN 2302 – 7150.
- Basu, Swastha (2001). *Manajemen Penjualan*. Cetakan kelima. Yogyakarta: BSFE.

- David (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online GRAB. *AGORA*. Vol. 6, No. 2.
- Fadilah, Adil, Rini Syarif (2013). Pengaruh Program Diskon Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol. 1, No.1, p. 77 – 84. ISSN 2337 – 7860.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Faturohman, Ahmad (2019). Pengaruh Dimensi *Easy To Use* Dan *Efficiency* Terhadap *Customer Sastisfaction* Pengguna Aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*. Vol. 2, No. 1, p. 26 – 32.
- Gultom, Dedek K., Paham Ginting, Beby KF Sembiring (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen & Bisnis*. Vol. 14, No. 1, p. 21 – 33.
- Irawan, Handi (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kartika, Indri Dewi, Andriani Kusumawati (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 56, No. 1, p. 155 – 163.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2006). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1)*. Alih Bahasa Benyamin Molan. 2009. Jakarta: PT. INDEKS
- Lupiyoadi, Rambat (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahardi, Masnia Yanuar, Nurul Qomariah, Budi Santoso (2017). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pepalnggan OPTIK Marlin Cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Vol. 3, No. 1, p. 61 – 80.
- Octabriyantiningtyas, Dhyna, Erma Suryani (2019). The Effect of Service Quality on T-Cash Customer Satisfaction using System Dynamics Framework. *Journal of Information System Engineering and Business Intelligence*. Vol. 5, No. 1, p. 76 – 84.
- Saladin, Djaslim dan Yevis Marty Oesman (2002). *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sigit, Suhardi (2008). *Pemasaran Praktis Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sumarni, Murti (2000). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang, Fathonah Eka Susanti (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Tim Marknesis (2009). *Pemasaran: Strategi, Taktis & Kasus*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Marknesis..
- Tjiptoni, Fandy (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy (2010). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra (2017). *Pemasaran Strategik*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi.
- Tse dan Wilton (1988). *Kepuasan Pelanggan, Jilid 2*. Edisi ketiga. Klaten: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Umar, Husein (2008). *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Widjaja, Endhar Putra, Srikandi Kumadji, Edy Yulianto (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 38, No. 2, p. 184 – 193.