

KEGUNAAN *E-SERVICE QUALITY* DAN *E- SECURITY SEALS* TERHADAP PERMINTAAN PRODUK PADA APLIKASI LAZADA

Rezika Ziara¹⁾ Teuku Isnaini²⁾ Muhammad Nur³⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur

Email : rezikaziara@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur

Email : isnainiteuku78@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur

Email : m.nur_myros@yahoo.co.id

Info Artikel	ABSTRAK
<p><i>Riwayat Artikel:</i></p> <p>Diterima: 10-08-2024</p> <p>Direvisi: 28-08-2024</p> <p>Dipublikasikan: 18-01-2024</p> <p><i>Nomor DOI :</i> 10.47647/MAFEBIS.v2i2.590</p> <p><i>Cara Mensitasi :</i></p> <p>Ziara, R. Isnaini, T. Nur , M. (2024). <i>Kegunaan E-Service Quality Dan E- Security Seals Terhadap Permintaan Produk Pada Aplikasi Lazada.</i>, 2(1), 15-30.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Kegunaan <i>E-Service Quality</i> dan <i>E- Security Seals</i> Terhadap Permintaan Produk (Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Pidie yang Menggunakan Aplikasi Lazada)”. Dimana variabel independen yaitu <i>Perceived Value</i> (X_1) dan Preferensi konsumen (X_2) dan Keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependennya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung pada Indrajaya Mobil Sigli Kabupaten Pidie yang mana jumlahnya 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi: $Y = 4.194 + 0,416 X_1 + 0,414 X_2$. Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa dari kedua variabel yang diteliti, ternyata variabel <i>E-service quality</i> (X_1) mempunyai pengaruh yang paling dominan sebesar 74,6% terhadap Permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada. Hubungan antara variabel dependen dan independen yaitu masing-masing variabel <i>E-service quality</i> (X_1) dan <i>E-security seals</i> (X_2) terhadap Permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada dengan indeks korelasi sebesar 864% Ini berarti hubungan tersebut sangat kuat.</p> <p>Kata kunci : <i>Perceived Value</i>, Preferensi konsumen, Keputusan pembelian</p>

Article Info	ABSTRACT
<p><i>Article History :</i></p> <p><i>Received: 10-08-2024</i></p> <p><i>Revised: 10-08-2024</i></p> <p><i>Published: 18-01-2024</i></p>	<p><i>This study aims to determine "The Use of E-Service Quality and E-Security Seals on Product Demand (Case Study in Pidie District Communities Using the Lazada Application)". Where the independent variables are Perceived Value (X1) and consumer preferences (X2) and purchase decision (Y) as the dependent variable. The population in this study were consumers who visited Indrajaya Mobil Sigli, Pidie Regency, which totaled 100 people. Based on the research results, the regression equation is obtained: $Y = 4.194 + 0.416 X1 + 0.414 X2$. Based on the results of the analysis above, it can be concluded that of the two variables studied, it turns out that the E-service quality variable (X1) has the most dominant influence of 74.6% on product demand in the people of Pidie Regency who use the Lazada Application. The relationship between the dependent and independent variables, namely each variable E-service quality (X1) and E-security seals (X2) on product demand in the people of Pidie Regency who use the Lazada Application with a correlation index of 864% This means that the relationship is very strong.</i></p> <p>Keywords: <i>Perceived Value, Consumer Preferences, Purchasing Decisions</i></p>
<p><i>DOI Number :</i></p> <p>10.47647/MAFEBIS.v2i2.590</p> <p><i>How to cite :</i></p> <p>Ziara, R. Isnaini, T. Nur , M. (2024). <i>Use Of E-Service Quality And E-Security Seals On Product Demand On Lazada Applications</i>, 2(1), 15-30.</p>	

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

E-Service Quality adalah pelayanan yang diberikan pada jaringan internet sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien. *E-Service Quality* atau yang juga dikenal sebagai *e-servqual* merupakan bagian dari *service quality* (*servqual*) atau kualitas pelayanan. *E-service quality* merupakan salah satu topik yang paling banyak diteliti di bidang pemasaran karena hubungannya dengan biaya, kepuasan, retensi dan loyalita.

E-security seals merupakan sebuah sistem keamanan terpadu secara elektronik dengan memanfaatkan sistem Information Technology guna mendukung dan menjamin keamanan di lingkungan gedung/kantor atau perumahan. Dengan *E-security seals* dapat memonitor, mengatur, juga mengakses data-data yang berhubungan dengan sistem keamanan. *Security* atau keamanan dapat didefinisikan sebagai kemungkinan kepercayaan subjektif yang dimiliki konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan dan dimanipulasi oleh pihak lain selama dalam perjalanan dan penyimpanan sehingga secara konsisten menimbulkan harapan kepercayaan diri mereka.

Permintaan merupakan suatu proses dalam meminta sesuatu atau sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu. Permintaan berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi. Dan kecenderungan permintaan konsumen akan barang dan jasa tak terbatas. Permintaan adalah sejumlah barang dan jasa yang diinginkan dan mampu dibeli oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan pada berbagai tingkat harga dan waktu tertentu di pasar. Biasanya, tinggi permintaan akan mempengaruhi harga. Sebaliknya, rendahnya permintaan juga akan membuat harga semakin

rendah.

Berdasarkan hasil observasi tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau penggunaannya masih belum memiliki kualitas yang baik. Artinya pelayanan dikatakan berkualitas apabila perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan maupun harapan pelanggan/ pengguna+nya. Disini kita lihat bahwa Aplikasi Lazada masih belum dapat memenuhi semua kebutuhan penggunaannya.

Masalah *e-security* merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Sistem *e-security* berguna untuk mencegah penipuan atau mendeteksi adanya penipuan disebabkan sistem yang berbasis informasi, di mana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

Salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan teknologi adalah persepsi kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi niat menggunakan dalam memilih teknologi yang dapat menunjang aktivitasnya. Kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat memunculkan berbagai persepsi di benak konsumen, dari persepsi baik maupun buruk dapat mempengaruhi perusahaan, dari hal tersebut perusahaan perlu meningkatkan program di dalam teknologi agar konsumen merasakan kemudahan penggunaannya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu :

1. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada?
2. Apakah *e-security seals* berpengaruh terhadap permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada?
3. Variable manakah yang paling berpengaruh secara bersama-sama terhadap permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada.?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada.
2. Untuk mengetahui apakah *e-security seals* berpengaruh terhadap permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada.
3. Untuk mengetahui variable manakah yang paling berpengaruh terhadap permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada.

STUDI KEPUSTAKAAN

E-service quality

Menurut Rayesha (2021:3) *E-service quality* atau *e-service quality* elektronik adalah sebuah cara untuk menilai kepuasan pelanggan dari penyedia layanan berbasis internet yang mencakup proses pembelian dan penyampaian produk atau jasa dengan mengukur kemampuan sebuah website dalam memberikan fasilitas pembelian yang efektif dan efisien. Pengukuran dilakukan dengan menilai bagaimana layanan yang diterima oleh pelanggan dan membandingkannya dengan layanan yang diharapkan pelanggan berdasarkan

dimensi-dimensi pada kualitas layanan. *E-service quality* mencakup semua fase interaksi pelanggan dengan perusahaan, sejauh mana sistem elektronik memberikan fasilitas yang efisien dan efektif dalam pemberian layanan.

Menurut Santoso (2019:2) *e-service quality* adalah sesuatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Artinya pelayanan dikatakan berkualitas apabila perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan maupun harapan pelanggan/penggunanya.

Faktor yang memengaruhi Pelayanan menurut Kasmir (2017:6-7) diantaranya adalah:

- a. Jumlah tenaga kerja; banyaknya tenaga kerja yang ada dalam suatu perusahaan.
- b. Kualitas tenaga kerja; meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja.
- c. Motivasi karyawan; suatu dorongan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan.
- d. Kepemimpinan; proses mempengaruhi individu, biasanya dilakukan oleh atasan kepada bawahan supaya dapat bertindak sesuai dengan kehendak atasan demi tercapainya tujuan perusahaan.
- e. Budaya organisasi; sebuah sistem dalam suatu perusahaan yang dianut oleh semua anggota organisasi dan menjadi pembeda antara organisasi yang satu dengan organisasi yang lain.
- f. Kesejahteraan karyawan; pemenuhan kebutuhan-kebutuhan karyawan oleh suatu perusahaan.
- g. Lingkungan kerja dan faktor lainnya meliputi sarana dan prasarana yang digunakan, teknologi, lay out gedung dan ruangan, kualitas produk dan lain sebagainya.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller dalam Poernomo, (2017:3) menyatakan bahwa terdapat 5 indikator dari *e-service quality*, yaitu :

1. Keandalan, kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
2. Daya Tanggap, kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
3. Jaminan, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati, kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
5. Wujud, penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi

E- Security Seals

Park dan Kim dalam jurnal Ardianto Kusuma, (2017:2). *E-Security* atau *security* sebagai kemampuan toko *online* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan *E-Security* atas transaksi data. *E-Security Seals* Menurut Kimmery dan McCord dalam (Aulia, & Zulvan (2017)). Segel *E-Security* elektronik merupakan sinyal, simbol atau logo yang ditetapkan oleh pihak ketiga sebagai representasi jaminan yang kredibel untuk mendukung dan membangun *E- Trust* konsumen serta *E-Security* dari *Website*. Jaminan *E-Security* berperan penting dalam pembentukan *E-Trust* dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika level jaminan *E-Security* dapat diterima dan bertemu dengan 24 harapan konsumen, maka seorang konsumen mungkin akan bersedia memberikan informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman. *E-Security* dalam bertransaksi secara *online* kebanyakan berkaitan dengan tindak kejahatan. Keamanan merupakan perasaan aman yang di dapat konsumen kepada para penyedia jasa. Keamanan merupakan sejauh mana konsumen percaya bahwa aman untuk transaksi data-data yang di

berikan konsumen dalam Ferriyal Rosita (2017).

Menurut Suryani jurnal Ferriyal Rosita (2017) untuk meraih kesuksesan, keamanan memiliki tiga faktor, yaitu:

- 1) Regulasi dan kebijakan untuk semua pengguna
Pengguna dalam hal ini adalah mereka yang memiliki kontak kedalam sistem, memiliki akses masing-masing, menggunakan layanan, dengan tingkat berbeda. Yang ditekankan pada regulasi dan kebijakan untuk semua pengguna adalah *security awareness* atau kesadaran akan pentingnya keamanan sistem di dalam sebuah layanan (termasuk pada *e-commerce*).
- 2) Standarisasi Keamanan
Yang harus diperhatikan berkaitan dengan penyediaan keamanan pada e-commerce adalah adanya standarisasi keamanan, terutamanya yang diakui secara internasional dan menjadi pedoman bagi seluruh e-commerce di dunia.
- 3) Keamanan Pada Sistem Keamanan
Pada sistem adalah point yang paling banyak dibahas dan diimplementasikan, mengingat aspeknya sangat banyak untuk setiap layer pada jaringan komputer, dengan banyak kemungkinan jenis penyerangan, serta beragam kemungkinan solusi penyelesaian di dalamnya

Menurut Hanafi, (2020), indikator keamanan meliputi:

- 1) Keaslian data, pemindaian ini akan ditampilkan data lengkap dari masing-masing anggota keluarga
- 2) Penolakan, Ketika melakukan *penolakan* dalam sebuah percakapan, dibutuhkan strategi *penolakan* untuk menolak permintaan dari lawan tutur.
- 3) Keselamatan, suatu keadaan aman, dalam suatu kondisi yang aman secara fisik, sosial, spiritual, finansial, politis, emosional, pekerjaan, psikologis, ataupun pendidikan dan terhindar dari ancaman terhadap faktor-faktor tersebut
- 4) Privasi online/ Privasi internet melibatkan hak atau mandat privasi pribadi mengenai penyimpanan, penggunaan kembali, penyediaan kepada pihak ketiga, dan menampilkan informasi yang berkaitan dengan diri sendiri melalui Internet.
- 5) Keabsahan, Validitas alat ukur adalah sejauh mana alat tersebut mengukur apa yang diklaimnya untuk diukur.

Teori Permintaan

Menurut Sukirno dalam Arviana Meytriani, (2021) Permintaan adalah berbagai jenis dan jumlah barang dan jasa yang diminta pembeli pada berbagai kemungkinan harga dalam periode tertentu di pasar. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa *permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya*. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut.

Sedangkan menurut Mujiyanto dalam Imanullah, (2018) permintaan merupakan jumlah barang yang sanggup dibeli oleh para pembeli pada saat tertentu dengan harga yang berlaku pada saat itu. Definisi lain mengatakan permintaan dalam terminologi ekonomi adalah jumlah yang diinginkan dan dapat dibeli konsumen dari pasar pada berbagai tingkat harga.

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu, atau sesuatu yang diinginkan oleh seseorang untuk dimiliki agar dapat

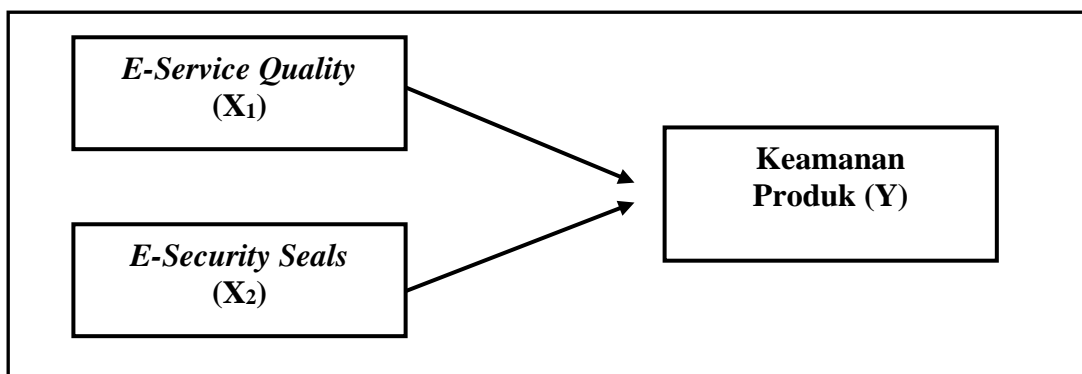
memenuhi kebutuhan hidupnya. Permintaan menunjukkan banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu, Hartatik dalam Vanesa P. Rau, (2018).

Menurut Danang (2018:78) indikator dari permintaan produk dapat dilihat sebagai berikut :

1. Barang yang cukup lengkap
2. Produk yang diterima Sesuai
3. Adanya berbagai macam merek
4. Merek yang berkualitas
5. Sesuai dengan kebutuhan Konsumen

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan mepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut (Polancik, 2017: 51). Sebagai acuan utama dalam kerangka penelitian ini dan seperti yang terbentuk dalam Gambar 2.1. yang terlihat dalam skema berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang memerlukan pembuktiannya. Berdasarkan kerangka pemikiran maka dapat ditetapkan hipotesis dalam penelitian ini yaitu *e-service quality* dan *e-security seals* berpengaruh terhadap keamanan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menetapkan Kabupaten Pidie sebagai lokasi penelitian.

Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah Pengaruh *e-service quality* dan *e-security seals* terhadap permintaan produk Pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, penulis menjadikan populasi adalah masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada. Prosedur yang di gunakan untuk pengumpulan data adalah Teknik *Probability sampling*, yaitu Teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk di pilih untuk menjadi anggota sampel.

Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti. Sampel di anggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili seluruh gejala yang di amati, (1) (Sugiyono, 2017:72). Penarikan dengan sampel dilakukan mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, menghadapi populasi yang begitu banyak. Mengingat populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus *unknown population*, (Sudjana, 2018:152) sebagai berikut:

$$n = (0,25) \frac{(z\alpha/2)^2}{e}$$

Di mana:

n = Jumlah sampel

$z\alpha/2$ = Nilai yang didapatkan dari tabel normal atas tingkat keyakinan

e = Kesalahan dalam penarikan sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini tingkat keyakinan ditentukan 90%, maka nilai $z\alpha/2$ adalah 1,96 dan tingkat kesalahan penarikan sebesar 10%, sehingga diperoleh besaran sampel sebagai berikut:

$$n = (0,25) \frac{(1,96/2)^2}{0,1}$$

$$n = 96,4$$

Sumber : Sudjana, (2018:152)

Dengan demikian sampel yang diteliti dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 orang responden.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara (*interview*) dan observasi, yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data atau bahan-bahan keterangan dengan tatap muka langsung dengan para responden.
2. Kuesioner, yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab.
3. Studi pustaka (*Library Research*), yaitu pengumpulan data secara teoritis dengan cara menelaah berbagai buku literature dan bahan teori lainnya yang berkaitan dengan masalah yang dibahas yang ada hubungannya dengan landasan teori yang dipaparkan dalam penelitian ini.

Peralatan Analisis

Analisa ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* dan *e-security seals* terhadap permintaan produk masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada dengan menggunakan rumus regresi berganda dan pengolah dilakukan menggunakan SPSS versi 21,0 yang diuraikan oleh Akdon dan Ridwan (2017:23) sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Dimana :

- Y = Permintaan produk
 X_1 = *E-service quality*
 X_2 = *e-security seals*
a = Konstanta
 b_1 = Koefisien Korelasi
 b_2 = Koefisien Korelasi
e = error

Defenisi dan Operasional Variabel

Definisi variabel adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini digunakan sejumlah variabel yang dibagi menjadi dua bagian yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Adapun variabel independennya adalah *e-service quality*, dan *e-security seals* sedangkan variabel dependennya adalah permintaan produk. Definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel. 1 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala	Item
Permintaan produk (Y)	Permintaan adalah berbagai jenis dan jumlah barang dan jasa yang diminta pembeli pada berbagai kemungkinan harga dalam periode tertentu di pasar. Arviana Meytriani, (2021)	1. Barang yang cukup lengkap 2. Produk yang diterima Sesuai 3. Adanya berbagai macam merek 4. Merek yang berkualitas 5. Sesuai dengan kebutuhan Konsumen Danang (2018:78)	Interval	Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5
<i>E-service quality</i> (X_1)	<i>E-service quality</i> adalah sesuatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau penggunaannya. Santoso, (2019:2)	1. Keandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Wujud Poernomo, (2017:3)	Interval	X _{1.1} X _{1.2} X _{1.3} X _{1.4} X _{1.5}
<i>E-security seals</i> (X_2)	<i>E-Security</i> atau <i>security</i> sebagai kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan <i>E-Security</i> atas transaksi data. Ardianto Kusuma, (2017:2)	1. Dapat di percaya jaminan kemanannya 2. Dapat menawarkan jaminan keamanan secara online dengan baik 3. Dapat di percaya dan dilindungi 4. Informasi terkait data pribadi yang saya berikan 5. Mempunyai kemampuan untuk memecahkan masalah Khalida (2020)	Interval	X _{2.1} X _{2.2} X _{2.3} X _{2.4} X _{2.5}

Pengujian Hipotesis

- a. Uji F (Uji simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas secara signifikan terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji signifikansi nilainya diatas 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Sedangkan jika hasil uji signifikansi nilainya dibawah 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Apabila hasil uji signifikansi nilainya dibawah 0,05 maka dapat dikatakan signifikan, yaitu terdapat pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

Teknik pengujian validitas data menggunakan teknik korelasi *product moment* dari pearson dengan tingkat signifikan % untuk mengetahui keeratan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji validitas adalah untuk melihat kebenaran dari hasil jawaban responden dengan menbanding koefisien korelasi dengan nilai kritis. Apabila nilai total *pearson correlation* > atau probabilitas kurang dari nilai r-tabel, maka item tersebut *valid*. Dalam penelitian ini berdasarkan hasil uji validitas data, diperoleh rata-rata kuesioner yang diajukan dalam katagori valid. Uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2 Hasil Pengujian Validitas Data

No	Variabel	Item Pertanyaan	Koefesien Korelasi	Nilai r _{tabel} (n=100)	Keterangan
2	E-service quality (X1)	X _{1.1}	0. 742	0.195	Valid
		X _{1.2}	0. 564	0.195	Valid
		X _{1.3}	0. 720	0.195	Valid
		X _{1.4}	0. 790	0.195	Valid
		X _{1.5}	0. 685	0.195	Valid
2	E-security seals (X2)	X _{2.1}	0. 738	0.195	Valid
		X _{2.2}	0. 778	0.195	Valid
		X _{2.3}	0. 713	0.195	Valid
		X _{2.4}	0. 766	0.195	Valid
		X _{2.5}	0. 623	0.195	Valid
3	Permintaan produk (Y)	Y ₁	0. 706	0.195	Valid
		Y ₂	0. 685	0.195	Valid
		Y ₃	0. 673	0.195	Valid
		Y ₄	0. 802	0.195	Valid
		Y ₅	0. 693	0.195	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, baik variabel independen maupun variabel dependen dinyatakan valid, karena mempunyai koefesien korelasi (r-hitung) diatas nilai kritis korelasi *product moment* (r-tabel), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua koesioner yang diberikan

pernyataan oleh responden dapat dilanjutkan untuk pengolahan selanjutnya, artinya pernyataan tersebut semua valid.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan suatu ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan item-item pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan dapat menunjukkan hasil yang sama jika dilakukan kepada orang yang berbeda dan waktu yang berbeda. Suatu variabel dinyatakan Reliabel jika memberikan nilai cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. Dibawah ini disajikan tabel 4.6 hasil reliabilitas dengan bantuan SPSS diperoleh sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Nilai Alpha	Keterangan
1.	<i>E-service quality</i>	5	0.735	Handal
2.	<i>E-security seals</i>	5	0.774	Handal
3.	Permintaan produk	5	0.748	Handal

Sumber: Output SPSS 2023 (Diolah)

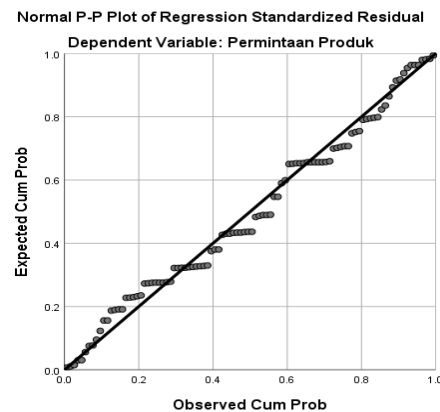
Dari tabel 4.6 di atas maka dapat diketahui *Cronbach Alpha* masing-masing variabel penelitian lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti dinilai sudah menunjukkan ketepatan, keakuratan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala yang berhubungan dengan variabel-variabel yang terkait dan variabel tersebut dapat dilanjutkan untuk pengolahan data regresi.

Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data dari sampel yang diambil normal ataupun tidak. sampel yang difokuskan dalam penelitian terlihat semuanya aktif dan berfungsi dalam memberikan pernyataan melalui kuesioner yang diberikan. Residual variabel yang terdistribusi normal yang terletak disekitar garis horizontal (tidak terpisah jauh dari diagonal). Berdasarkan *P-plot* pada lampiran menunjukkan sebaran *standardized residual* berada dalam kisaran garis diagonal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal, yaitu sebagaimana terlihat pada gambar 4.1 dibawah ini.

Gambar 2. Normalitas P-P Plot Regression (Uji Normalitas)



Berdasarkan Gambar dapat dilihat bahwa garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Dengan demikian dapat diartikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Gejala multikolineritas menunjukkan terjadinya hubungan yang signifikan antara sesama variabel independen. Regresi linier berganda mengisyaratkan tidak adanya gejala tersebut. hal ini disebabkan, apabila terjadi gejala multikolineritas, maka perubahan suatu variabel independen tidak hanya berdampak perubahan variabel independen lainnya, sehingga besarnya pengaruh masing-masing variabel independen sulit diketahui secara pasti. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolineritas dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF seperti terlihat dalam tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4. Nilai VIF Variabel Independen

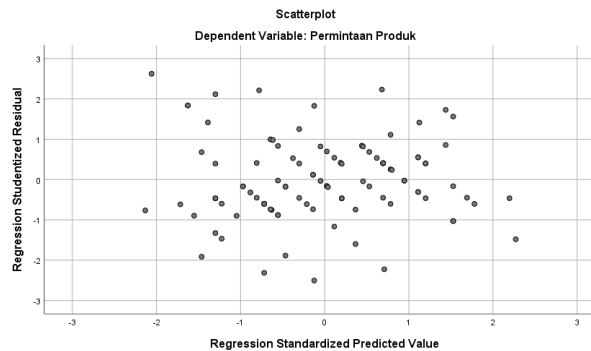
No	Variabel	<i>Tolerance</i>	Nilai VIF	Keterangan
1.	<i>E-service quality</i>	0,533	1,875	Non Multikolinearitas
2.	<i>E-security seals</i>	0,533	1,875	Non Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dari kedua variabel yang lebih besar dari 0,1. Hasil penghitungan VIF juga menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengolahan data menunjukkan grafik *scatterplot* seperti terlihat pada gambar berikut ini :

Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan hasil pengujian seperti terlihat pada Gambar 4.2 di atas dapat dijelaskan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas, seperti yang telah dikemukakan sebelumnya atau dengan kata lain sesuai dengan pendapat sebelumnya.

Kegunaan *E-service quality* dan *E-security seals* terhadap Permintaan produk

Untuk mengetahui kegunaan *E-service quality* dan *E-security seals* terhadap permintaan produk, maka digunakan metode regresi linier berganda. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi masing-masing variabel seperti terlihat dalam bagian output SPSS di bawah ini.

Tabel 5. Pengaruh Masing-masing Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen

Nama Variabel	B	Standar Error	Beta	t _{hitung}	t _{tabel}	Sign
Konstanta	3.382	.898		3.766	1,660	,000
<i>E-service quality</i> (X ₁)	.505	.067	.525	7.493	1,660	,000
<i>E-security seals</i> (X ₂)	.327	.055	.416	5.934	1,660	,000
Koefisien Korelasi (R)	= .864 ^a					
Koefisien Determinasi (R ²)	= .746					
Adjusted R Squares	= .741					
F _{hitung}	= 90.756					
F _{tabel}	= 3.09					
Sign F	= 0,000					

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah, (2023)

Dari output SPSS diatas dengan dipergunakan model regresi berganda, dapat difungsikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3.382 + 0,746 X_1 + 0,741 X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3,864 artinya jika *E-service quality* (X₁) dan *E-security seals* (X₂) dianggap konstan, maka Permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada adalah sebesar 3,382 pada satuan skala likert, yang mengindikasikan bahwa Permintaan produk (Y) Pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada sangat baik.
2. Nilai koefisien regresi *E-service quality* sebesar 0,746 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan *E-service quality* (X₁), akan Permintaan produk sebesar 74,6%. Ini berarti terjadi

peningkatan Permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada.

3. Nilai koefisien regresi *E-security seals* sebesar 0,741 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan *E-security seals* (X_2) akan meningkatkan Permintaan produk sebesar 74,1%. Ini berarti terjadi peningkatan Permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa dari kedua variabel yang diteliti, ternyata variabel *E-service quality* (X_1) mempunyai pengaruh yang paling dominan sebesar 74,6% terhadap Permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada.

Hubungan antara variabel dependen dan independen yaitu masing-masing variabel *E-service quality* (X_1) dan *E-security seals* (X_2) terhadap Permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada dengan indeks korelasi sebesar 864% Ini berarti hubungan tersebut sangat kuat.

Kemudian indeks determinasi masing-masing variabel Pengembangan variabel *E-service quality* (X_1) dan *E-security seals* (X_2) sebesar 74,6% ini berarti berpengaruh secara signifikan terhadap Permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada dan sebesar 25,4% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis Secara Silmultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk membuktikan bahwa benar adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai mana sudah dijelaskan di atas. Untuk lebih jelas hasil Uji – F dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut :

Tabel 6. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a							
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	F _{tabel}
1	Regression	395.540	2	197.770	142.630	.000 ^b	3.09
	Residual	134.500	97	1.387			
	Total	530.040	99				

Sumber: Data Output SPSS, 2023 (Diolah).

Dari hasil perhitungan pada Tabel 4.9 di atas, diperoleh F_{hitung} 142.630 dengan tingkat probabilitas 0,00, sedangkan F_{tabel} sebesar 3,09. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05. F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka dapat dikatakan bahwa variabel permintaan produk dipengaruhi secara simultan (bersama-sama) oleh *E-service quality* dan *E-security seals*.

Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Hasil pengujian hipotesis secara partial menunjukkan bahwa adanya pengaruh masing-masing variabel *E-service quality* (X_1) dan *E-security seals* (X_2) terhadap permintaan produk (Y), maka dilakukan pembuktian dengan Uji Statistik secara parsial (uji t) dengan dmikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang dimasukkan kedalam metode regresi secara parsial dapat dijelaskan pada persamaan regresi berikut:

Tabel 7. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji-t)

Coefficients ^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	T _{tabel}
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	3.382	.898		3.766	.000	1.660
<i>E-service quality</i>	.505	.067	.525	7.493	.000	1.660
<i>E-security seals</i>	.327	.055	.416	5.934	.000	1.660

1. Hasil penelitian terhadap pengaruh *E-service quality* (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} 7.493 sedangkan untuk nilai t_{tabel} 1,660. Karena nilai ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan tingkat signifikan sebesar 0.044 lebih kecil dari 0,05 ($0.044 < 0.05$) dapat disimpulkan bahwa *E-service quality* memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap permintaan produk (Y).
2. Selanjutnya hasil penelitian terhadap pengaruh *E-security seals* (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} 5.934 sedangkan untuk nilai t_{tabel} 1,660. Karena nilai ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan probabilitasnya sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0.05$) dapat diartikan bahwa *E-security seals* (X_2) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap permintaan produk (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan di atas maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 3,660 artinya jika *E-service quality* (X_1) dan *E-security seals* (X_2) dianggap konstan, maka Permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada adalah sebesar 3,660 pada satuan skala likert, yang mengindikasikan bahwa Permintaan produk (Y) Pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada sangat baik.
2. Nilai koefisien regresi *E-service quality* sebesar 0,485 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan *E-service quality* (X_1), akan Permintaan produk sebesar 48,5%. Ini berarti terjadi peningkatan Permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada.
3. Nilai koefisien regresi *E-security seals* sebesar 0,374 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan *E-security seals* (X_2) akan meningkatkan Permintaan produk sebesar 37,4%. Ini berarti terjadi peningkatan Permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada.
4. Dari hasil perhitungan diperoleh F_{hitung} 114.376 dengan tingkat probabilitas 0,00, sedangkan F_{tabel} sebesar 3,09. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05. F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka dapat dikatakan bahwa variabel permintaan produk dipengaruhi secara simultan (bersama-sama) oleh *E-service quality* dan *E-security seals*.
5. Hasil penelitian terhadap pengaruh *E-service quality* (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} 7,881 sedangkan untuk nilai t_{tabel} 1,660. Karena nilai ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan tingkat signifikan sebesar 0.044 lebih kecil dari 0,05 ($0.044 < 0.05$) dapat disimpulkan bahwa *E-service quality* memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap permintaan produk (Y).
6. Selanjutnya hasil penelitian terhadap pengaruh *E-security seals* (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} 6,031 sedangkan untuk nilai t_{tabel} 1,660. Karena nilai ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan probabilitasnya sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0.05$) dapat diartikan bahwa *E-security seals* (X_2) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap permintaan produk (Y).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Dinas Lingkungan Hidup maka dapat disarankan beberapa hal sebagaiberikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel *E-service quality* memiliki pengaruh terhadap permintaan produk, maka disarankan kepada perusahaan Lazada untuk memperhatikan *E-service quality* agar dapat meningkatkan permintaan produk pada masyarakat Kabupaten Pidie yang menggunakan Aplikasi Lazada.
2. Sebaiknya, pihak manajemen perusahaan lebih memperhatikan apa saja yang dapat menunjang loyalitas konsumen seperti *E-service quality* dan *E-security seals* serta faktor-faktor lain, agar konsumen akan merasa puas terhadap apa yang disediakan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon dan Ridwan. 2017. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Cetakan 2. Bandung: Alfabeta.
- Ardianto Kusuma, 2017. *Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur)*. Jurnal 1 Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada, 2 Mahasiswa Universitas Darma Persada.
- Arif Widya Imanullah, 2018. *Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Berlabel Halal Mui (Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*, jurnal Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Arviana Meytriani, 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Produk Lokal Akaian Jadi Di Purwokerto*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman. ISBN 978-602-1643-67-9.
- Danang, S. (2017). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Ferriyal Rosita, 2017. *Pengaruh Kepercayaan (Trust) dan E-Security Seals Terhadap Minat Pembelian Konsumen Secara Online: Studi Pada Konsumen Kaspay.com Di Indonesia*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Jl. MT Haryono 165 Malang.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program. AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, Mamduh M dan Abdul Halim. 2020. *Analisis Laporan Keuangan. Edisi. Kelima*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja. Grafindo Persada: Jakarta.
- Poernomo. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Faktor Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel The Sun Sidoarjo*. Surabaya : Jurnal Bisnis Indonesia.
- Rayesha Putra Baistama, 2021. *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Transportasi Online Gojek*. Jurnal Vol.8, No.4 Agustus 2021, Universitas Telkom, Bandung.
- Santoso, Singgih. 2017. *Menguasai Statistik Dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Alex. Media Komputindo.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Vanessa P. Rau, 2018. *Analisis peramalan permintaan produk hollow brick pada ud. Immanuel air madidi*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.