

p-ISSN: 2654-7325
e-ISSN: 2656-7695

OBIS

Jurnal Ekonomi dan Bisnis

Volume 7, No. 2 September 2025



Diterbitkan oleh
Unit Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
Politeknik Tonggak Equator

PENANGGUNG JAWAB

Dr. Sugianto, S.E., M.M.
Pembantu Direktur Bidang Akademik
(Politeknik Tonggak Equator Pontianak)

CHIEF EDITOR

Fera Maulina, SET., MM., CAP., PMR.
(Politeknik Tonggak Equator Pontianak)

EDITORIAL TEAM

Latifah, S.E., M.M. (Universitas Bina Sarana
Informatika)
Ahmadi, S.E., M.Sc. (Universitas Nahdatul Ulama)
Mazayatul Mufrihah, S.E., M.M. (Universitas
Nahdatul Ulama)
Agus Widodo, S.E., M.Si. (Politeknik Negeri
Pontianak)
Fransiska Way Warti, S.Pd., M.Sc. (Politeknik
Tonggak Equator Pontianak)
Junardi, S.S.T., M.Ak. (Politeknik Tonggak Equator
Pontianak)

REVIEWER

Udin Renaldi, S.E., M.M. (Sekolah Tinggi Ilmu
Ekonomi Indonesia Pontianak)
Jonathan Giovanni, S.Si., M.M. (Universitas
Palangka Raya)
Desty Wana, S.ST., M.Acc. (Politeknik Negeri
Pontianak)
Sunaryono, S.E., M.M. (Politeknik Putra Bangsa)
Vivi, S.E., M.M. (Politeknik Tonggak Equator
Pontianak)
Wendy Suhendry, S.S.T., M.M. (Politeknik
Tonggak Equator Pontianak)

ALAMAT

Jalan Fatimah No. 1-2, Pontianak, Kalimantan
Barat – 78111

Website : www.polteq.ac.id

e-mail : uppm.polteq@gmail.com

CP. (0561) 767 884

OBIS : Jurnal Ekonomi dan Bisnis

merupakan publikasi hasil-hasil penelitian dan informasi dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis yang meliputi manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan akuntansi, serta kewirausahaan diterbitkan oleh Unit Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Politeknik Tonggak Equator secara berkala, dua kali dalam setahun, yaitu bulan Maret dan September.

Tulisan-tulisan yang dimuat telah melalui proses penyuntingan seperlunya oleh penerbit dengan tanpa mengubah substansi sesuai naskah aslinya. Tulisan dalam setiap penerbitan merupakan tanggung jawab pribadi penulisnya, dan bukan mencerminkan pendapat penerbit. Naskah yang dikirim pada redaksi harus merupakan naskah asli dan tidak sedang dipertimbangkan untuk diterbitkan oleh penerbit yang lain.

OBIS : Jurnal Ekonomi dan Bisnis

mengucapkan terima kasih atas artikel yang sudah dikirimkan

Daftar Isi

Dewan Redaksi	i
Daftar Isi	ii

Pengaruh Komitmen Profesional Dan Keahlian Auditor Terhadap Kinerja Audit Dengan Skeptisme Profesional Sebagai Pemediasi (Studi Kasus Pada Kantor Inspektorat Kota Pontianak Dan Inspektorat Kabupaten Kubu Raya)1-14
Atika Wulandari Putri

Pengaruh ROE, NPM, GPM, EPS Dan DER Terhadap Harga Saham Pada Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia15-28
Nicholas Giordany, Junardi

Overwork Dan Burnout Pada Generasi Z Mahasiswa: Peran Stres Akademik Dan Resiliensi29-40
Wui San Taslim

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan e-Commerce Shopee Di Kota Pontianak.....41-56
Vennia Lunnetta Tiomantara, Wendy Suhendry

Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus *Coffee Shop*)57-69
Stevani

**PENGARUH KOMITMEN PROFESIONAL DAN KEAHLIAN AUDITOR
TERHADAP KINERJA AUDIT DENGAN SKEPTISME PROFESIONAL SEBAGAI
PEMEDIASI (STUDI KASUS PADA KANTOR INSPEKTORAT KOTA PONTIANAK
DAN INSPEKTORAT KABUPATEN KUBU RAYA)**

Atika Wulandari Putri
Atikawp10@gmail.com
Universitas OSO

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of professional commitment and audit expertise on auditor performance with professional skepticism as mediation. This research was conducted at the Kota Pontianak Inspectorate Office and the Kuburaya Regency Inspectorate with a research time span of approximately 3 (three) months. The method used in this research is descriptive quantitative. The data used in this study are primary data. The data collection method is done by giving questions in the form of questionnaires to respondents. The sample selection used purposive sampling technique and the sample obtained was 42 auditors. The data analysis technique was carried out using the Structural Equation Modeling (SEM) method with the Partial Least Square (PLS) approach using WarpPLS 6.0 software. The results showed that professional commitment, audit expertise and professional skepticism had a positive and significant effect on auditor performance, professional skepticism became a partial mediation variable between professional commitment and auditor performance but could not mediate between audit expertise and auditor performance.

Keywords: *Professional Commitment, Audit Expertise, Professional Skepticism, Au Performance*

LATAR BELAKANG

Kinerja auditor merupakan tindakan atau pelaksanaan tugas pemeriksaan yang telah diselesaikan oleh auditor dalam kurun waktu tertentu (Triyanthi & Budiarta, 2015) mengemukakan bahwa pencapaian kinerja auditor yang lebih baik harus sesuai dengan standar dan kurun waktu tertentu, yaitu: kualitas kerja yaitu mutu menyelesaikan pekerjaan dengan bekerja berdasarkan pada seluruh kemampuan dan keterampilan serta pengetahuan yang dimiliki oleh auditor. Kuantitas kerja, yaitu hasil kerja yang dapat diselesaikan dengan target yang menjadi tanggung jawab pekerjaan auditor serta kemampuan untuk memanfaatkan sarana dan prasarana penunjang pekerjaan dan ketepatan waktu, yaitu ketepatan waktu yang tersedia untuk menyelesaikan pekerjaan (Trisnarningsih, 2007).

Untuk mewujudkan kinerja auditor yang baik maka seorang auditor harus bekerja sesuai dengan standar harus mengacu pada standar yang telah ditetapkan yaitu Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP) dari Ikatan Akuntan Publik Indonesia (IAPI) (IAPI, 2011). Pemenuhan standar audit oleh auditor dapat berdampak pada peningkatan hasil auditnya, yaitu dengan hasil kinerja yang maksimal (Riris, Sitorus & Lenny, 2016).

Komitmen profesional adalah salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam praktik sebagai auditor agar mampu meningkatkan kinerja auditor. Komitmen profesional merupakan penilaian seseorang terhadap profesinya, yang menunjukkan penerimaan kepercayaan pada nilai-nilai dan tujuan profesi (Djohan & Maria, 2016). Komitmen profesional merupakan sikap ketertarikan dari diri seorang auditor terhadap nilai, aturan dan tujuan dari profesinya, sehingga hal ini menentukan orientasi berpikir dan bertindak secara profesional dan kemudian berimplikasi pada loyalitas yang dimilikinya.

Komitmen profesional ini menjadi lebih baik jika auditor memiliki keahlian audit. Keahlian adalah auditor yang mempunyai pengalaman yang cukup untuk melakukan audit secara objektif, cermat dan seksama (Arif & Sari, 2023). Profesionalisme keahlian audit kemudian akan mampu menentukan tingkat kualitas audit, semakin baik keahlian audit maka akan semakin baik pula kualitas audit namun apabila keahlian audit rendah maka kualitas audit akan rendah, hal ini dikarenakan keahlian sebagai modal auditor untuk menentukan produk yang ia hasilkan dalam hal ini adalah kualitas audit. Keahlian ini nantinya akan menentukan kinerja auditor yang lebih mumpuni. Ikatan Akuntansi Indonesia (2001) (Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI), 2007) menjelaskan auditor dapat mencapai keahlian melalui pendidikan formal dan praktik audit, selain itu auditor harus menjalani pelatihan teknis maupun pendidikan umum.

Komitmen profesional dan keahlian audit secara umum dapat dikaitkan dengan kinerja auditor yang merupakan tindakan atau pelaksanaan tugas pemeriksaan yang telah diselesaikan oleh auditor dalam kurun waktu tertentu. Kinerja auditor sebagai ukuran keberhasilan auditor akan merepresentasikan tingkat komitmen profesional dan keahlian audit yang dimiliki oleh auditor. Selain itu, kinerja auditor juga akan dipengaruhi sikap skeptis. Menurut (Hartan & Waluyo, 2016) kinerja seorang auditor yang baik terhadap kewajaran dari laporan keuangan, skeptisme profesional akan menentukan sejauh mana sampel dan bukti audit dikumpulkan sehingga laporan audit akan lebih valid dan kredibel.

Rujukan penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian yang telah diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Priesty dan Budiarta (2017) yang meneliti tentang pengaruh etika profesi dan komitmen profesional auditor terhadap kinerja auditor dengan skeptisisme profesional sebagai pemeditasi yang menyatakan bahwa etika profesi, komitmen profesional dan skeptisme profesional berpengaruh positif terhadap kinerja auditor. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ardelani dan Saputra (2018) yang meneliti tentang pengaruh etika profesi dan keahlian audit pada kinerja auditor dengan skeptisisme profesional auditor sebagai variabel mediasi yang menunjukkan bahwa etika profesi, keahlian audit dan skeptisme profesional berpengaruh positif terhadap kinerja auditor.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Priesty dan Budiarta (2017) yang menggunakan variabel independen etika profesi dan komitmen profesional dan penelitian yang dilakukan oleh Ardelani dan Saputra (2018) yang menggunakan etika profesi dan keahlian audit sebagai variabel independen. Maka penelitian ini memodifikasi kedua penelitian tersebut dengan menggunakan komitmen profesional dan keahlian audit sebagai variabel independen, kinerja auditor sebagai variabel dependen dan skeptisme profesional sebagai variabel pemeditasi.

KAJIAN LITERATUR

Subbagian Pertama Teori Atribusi

Teori atribusi adalah teori yang menjelaskan upaya memahami penyebab perilaku orang lain terhadap peristiwa disekitarnya dan mengetahui alasan-alasan dalam melakukan perilaku tersebut (Linting, 2013). Teori atribusi pertama kali dicetuskan oleh Fritz Heider menjelaskan

bahwa teori ini adalah teori yang digunakan untuk mengidentifikasi penyebab perilaku orang lain atau diri sendiri yang disebabkan oleh faktor internal seperti sifat, sikap, karakter dan lain-lain ataupun dikarenakan faktor eksternal seperti tekanan, situasi atau keadaan tertentu yang akan memberikan pengaruh terhadap perilaku individu dalam hidupnya, yang kemudian mampu membentuk ide mengenai orang lain dan lingkungan sekitarnya dalam perspektif sosial ini disebut sebagai *dispositional attributions*.

Subbagian Kedua Standar Pemeriksaan Kinerja

Berdasarkan Peraturan BPK RI No. 1 Tahun 2007 (Badan Pemeriksa Keuangan, 2007) tentang Standar Pemeriksaan Keuangan Negara (SPKN) bahwa dalam pemeriksaan kinerja berlaku 3 (tiga) standar yaitu;

a. Standar Umum

Standar umum berkaitan dengan etika, independensi, integritas, dan profesionalisme, pengendalian mutu, kompetensi, pertimbangan ketidakpatuhan, kecurangan, dan ketidakpatutan, komunikasi pemeriksaan, dan dokumentasi pemeriksaan dalam pelaksanaan dan pelaporan hasil pemeriksaan, hubungan dengan standar profesi yang digunakan oleh akuntan publik, serta kewajiban Aparat Pengawasan Intern Pemerintah dan akuntan publik dalam pemeriksaan keuangan negara.

b. Standar Pelaksanaan

Standar pelaksanaan merupakan standar yang harus digunakan dalam melakukan proses audit yang terdiri dari;

1. Pekerjaan direncanakan dengan memadai.
2. Supervisi yang baik.
3. Bukti yang cukup, kompeten dan relevan sebagai pondasi untuk temuan dan rekomendasi audit.
4. Harus memelihara dokumen dalam bentuk kertas kerja pemeriksaan.

c. Standar Pelaporan

Standar yang digunakan sebagai acuan dalam proses pelaporan hasil audit yang harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Disusun sesuai Prinsip Akuntansi Berterima Umum (PABU).
2. Kondisi apabila PABU tidak diikuti, maka harus dijelaskan alasan tersebut.
3. Memuat pelaporan yang memadai.
4. Memberikan opini atas *financial statement*.

Subbagian Ketiga Audit Keuangan Pemerintah

Audit keuangan menurut standar Yellow Book meliputi beberapa kategori informasi tentang audit, termasuk laporan keuangan unit pemerintah, kontrak dan hibah dari pemerintah, pengendalian internal, kecurangan, serta ketidaktaatan lain pada hukum dan regulasi. Karena unit pemerintah memperhatikan ketaatan terhadap hukum dan regulasi sama seperti reliabilitas laporan keuangan. Standar audit keuangan dari Yellow Book (Arens, A.A., Elder, R.J., Beasley, 2015) prinsip-prinsip dari standar auditing AICPA dan 10 standar GAAS dari PCAOB, dan juga memuat pedoman tambahan yang ekstensif, termasuk penamahan dan modifikasi berikut:

a. Materialitas dan signifikansi.

Dalam audit pemerintah batas ambang risiko audit yang diterima dan materialitas lebih rendah dari audit perusahaan komersial. Hal ini disebabkan karena sensitivitas aktivitas pemerintah dan akuntabilitas publik.

b. Pengendalian Mutu

Kantor Inspektorat, Akuntan publik dan organisasi lain yang mengaudit entitas pemerintah harus memiliki pengendalian mutu internal yang memadai dan berpartisipasi dalam program reviu pengendalian mutu eksternal.

c. Audit ketaatan (*compliance*)

Audit harus dirancang untuk memberikan kepastian dan layak dalam mendeteksi salah saji yang material akibat ketidaktaatan terhadap provisi kontrak atau kesepakatan bantuan yang memiliki dampak material dan langsung terhadap laporan keuangan.

d. Pelaporan

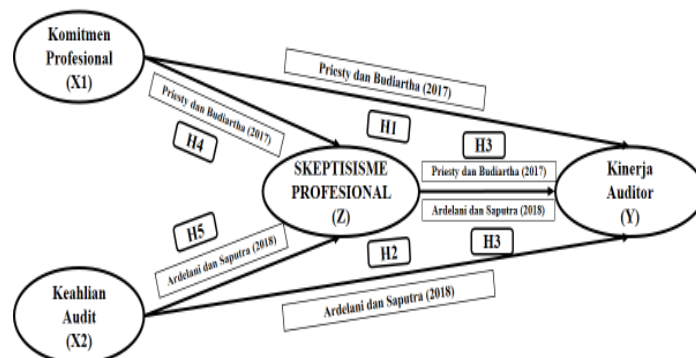
Laporan audit harus menyatakan bahwa audit telah dilakukan sesuai dengan standar auditing pemerintahan yang berlaku umum atau Prinsip Akuntansi Berterima Umum (PABU) (Putu & Sari, 2018). Selain itu, laporan tentang laporan keuangan harus menggambarkan lingkup pengujian auditor atas ketaatan terhadap hukum dan regulasi serta pengendalian internal dan menyajikan hasil pengujian tersebut atau mengacu pada laporan terpisah yang memasukkan informasi tersebut.

Subbagian Keempat Audit Sektor Publik

Pihak pertama (auditor) adalah pihak yang mengaudit akuntabilitas pihak kedua terhadap pihak ketiga dan memberikan atestasi kepada pihak ketiga. Pihak kedua (*auditee*) adalah entitas yang bertanggungjawab kepada pihak ketiga dan diperiksa akuntabilitasnya oleh pihak pertama. Pihak ketiga (penerima akuntabilitas dan hasil audit) adalah entitas yang meminta pertanggungjawaban dari pihak kedua dan menerima laporan audit dari pihak pertama, berupa tingkat yang lebih tinggi dalam organisasi yang sama seperti dewan direksi, pemangku kepentingan (*stakeholder*), parlemen, masyarakat, pers atau investor (RAI, 2008).

Audit berkaitan dengan akuntabilitas dan atestasi. Akuntabilitas berkaitan dengan kewajiban pihak dalam organisasi untuk melaporkan pertanggung jawabannya kepada pihak eksternal atau pihak lain dengan kewenangan yang lebih tinggi.

Subbagian Kelima Kerangka Penelitian dan Hipotesis Penelitian



Hipotesis Penelitian adalah sebagai berikut;

- H1 : Komitmen Profesional berpengaruh positif terhadap Kinerja Auditor
- H2 : Keahlian Audit berpengaruh positif terhadap Kinerja Auditor
- H3 : Skeptisme Profesional berpengaruh positif terhadap Kinerja Auditor
- H4 : Komitmen Profesional berpengaruh positif terhadap Skeptisme Profesional
- H5 : Keahlian Audit berpengaruh positif terhadap Skeptisme Profesional

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis deskriptif statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2017). Desain penelitian yang digunakan adalah kausalitas yakni dengan melihat hubungan sebab-akibat yang mempengaruhi antar variabel.

Penelitian ini dilakukan di Kantor Inspektorat Kota Pontianak yang bertempat di Jalan Zainuddin, Kota Pontianak dan di Inspektorat Kabupaten Kuburaya yang bertempat di Jl. Arteri Supadio, Sungai Raya, Kec. Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat 7839. Alasan peneliti memilih tempat penelitian karena keterjangkauan lokasi penelitian, serta tidak memerlukan biaya dan tenaga yang cukup besar. Selain itu penelitian ini ditujukan untuk audit sektor publik sehingga inspektorat sebagai Aparat Pengawas Intern Pemerintah (APIP) menjadi lebih tepat. Penelitian ini direncanakan berlangsung selama kurang lebih tiga bulan.

Jenis data yang digunakan ialah data primer. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari subjek yang akan diteliti. Data tersebut diperoleh melalui jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel yang diteliti.

Metode pengumpulan data ialah melalui metode angket (kuisisioner). Menurut Sugiyono (2017) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik yang efisien bila peneliti tahu variabel-variabel yang akan diukur. Kuisisioner akan langsung dikirim peneliti ke instansi terkait.

Teknik sampling ialah sampling *purposive* yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *Sampling Purposive* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan teknik tersebut, maka kriteria yang ditentukan adalah:

- a. Responden penelitian ialah seluruh auditor yang bekerja di Kantor Inspektorat Kota Pontianak dan Inspektorat Kabupaten Kubu Raya.
- b. Responden tidak dibatasi pada jabatan auditor yaitu ketua tim senior, ketua tim junior, anggota tim senior, maupun anggota tim junior yang bekerja pada Kantor Inspektorat Kota Pontianak dan Inspektorat Kabupaten Kubu Raya.
- c. Responden dalam penelitian ini adalah auditor yang memiliki masa kerja minimal selama 1 (satu) tahun.

HASIL DAN DISKUSI

Subbagian Pertama Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil kuisisioner yang disebar kepada auditor Kantor Inspektorat Kota Pontianak dan Inspektorat Kabupaten Kuburaya. Total kuisisioner yang disebar yaitu sebanyak 60 kuisisioner dan yang kembali sebanyak 42 kuisisioner dan 18 kuisisioner tidak kembali.

Tabel 1. Rincian Penyebaran dan Pengembalian Kuisisioner

Keterangan	Jumlah	Persentase
Jumlah kuisisioner yang disebar	60	100%
Jumlah kuisisioner yang tidak kembali	18	30%
Jumlah kuisisioner yang kembali	42	70%

Sumber: Data Olahan

Subbagian Kedua Analisis Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif adalah analisis statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya. Statistik deskriptif memberikan gambaran mengenai identitas responden. Identitas responden adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan individu atau keadaan, sifat atau ciri khusus yang memberikan gambaran mengenai karakteristik diri responden. Dalam penelitian ini identitas responden yang digunakan yaitu; jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jabatan, dan lama bekerja.

1. Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin digunakan untuk mengetahui *gender* yang mendominasi dalam penelitian ini.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Pria	26 Orang	62%
Wanita	16 Orang	38%
Total	42 Orang	100%

Sumber: Data Olahan

Pada tabel diatas menunjukkan responden didominasi oleh jenis kelamin pria dengan presentase 62% atau sebanyak 26 orang, sedangkan responden yang berjenis kelamin wanita dengan presentase 38% atau sebanyak 16 orang.

2. Usia

Data mengenai usia bertujuan untuk menguraikan serta memberi gambaran responden berdasarkan usia responden yang menjadi sampel pada penelitian ini.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
<25 Tahun	-	-
26-35 Tahun	7	17%
36-55 Tahun	29	69%
>55 Tahun	6	15%
Total	42	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Pada tabel 3 menunjukkan bahwa rentang usia responden didominasi oleh usia 36-55 tahun dengan persentase 69% atau sebanyak 29 orang, kemudian responden usia 26-35 tahun sebanyak 17% atau 7 orang dan responden usia diatas 55 tahun sebanyak 15% atau 6 orang. Dari tabel tersebut diketahui bahwa sebagian besar responden di rentang usia 36-55 tahun yang termasuk usia produktif yang aktif, mandiri, berwawasan, dan lain lain.

3. Pendidikan Terakhir

Data mengenai pendidikan terakhir diperlukan untuk menunjukkan tingkat pendidikan responden dan daya pengetahuan serta daya fikir individu.

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
D3	4	10%
S1	30	71%
S2	8	19%
S3	-	-
Total	42	100%

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pada tabel 4 tingkat pendidikan responden sebagian besar ialah S1 dengan jumlah 30 orang atau persentase 71%, kemudian dilanjutkan dengan S2 sebanyak 8 orang atau persentase 19% dan D3 sebanyak 4 orang atau persentase 10%. Berdasarkan hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan auditor diperlukan untuk menentukan kinerja auditor dalam bekerja dengan mandiri, cermat dan produktif.

4. Jabatan

Jabatan merupakan kedudukan yang menunjukkan tugas, tanggung jawab, wewenang dan hak seorang pegawai dalam rangka suatu satuan organisasi. Jabatan yang ditempatkan di suatu instansi berpengaruh terhadap tugas, pokok dan fungsi (tupoksi) auditor dalam menjalankan penugasan dan pelaksanaan audit.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

Jabatan	Frekuensi	Persentase
Ketua Tim Senior	7	17%
Ketua Tim Yuniior	7	17%
Anggota Tim Senior	9	21%
Anggota Tim Yuniior	9	21%
Auditor Pertama	2	5%
Auditor Madya	2	5%
Analisis Evlap	1	2%
Analisis Perencanaan	1	2%
Inspektur Pembantu Wilayah	4	10%
Total	42	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa jumlah responden yang mendominasi ialah pada jabatan anggota tim senior dan anggota tim yuniior yakni sebanyak 9 orang responden dengan persentase 21%, sedangkan jabatan ketua tim senior dan ketua tim yuniior yakni sebanyak 7 orang responden dengan persentase 17%, pengendali teknis sebanyak 3 orang responden dengan persentase 9%, kemudian untuk jabatan auditor pertama dan supervisor sebanyak 2 orang responden dengan persentase 6%. Jabatan yang diberikan merupakan suatu bentuk kepercayaan instansi pada individu, dapat diketahui bahwa kinerja yang dimiliki auditor mampu mempengaruhi jabatan yang didapatkannya.

5. Masa Kerja

Responden penelitian dikelompokkan berdasarkan masa jabatan yang ditempuh. Masa kerja responden memberikan implikasi terhadap kinerja auditor, masa kerja yang lebih lama membuat pengalaman yang dimiliki auditor menjadi lebih baik karena telah melaksanakan berbagai proses audit yang meningkatkan komitmen profesional dan keahlian audit yang dimiliki oleh auditor.

Tabel 6. Karakterisasi Responden Berdasarkan Masa Kerja

Masa Kerja	Frekuensi	Persentase
<1 Tahun	2	4%
1-5 Tahun	4	10%
6-10 Tahun	10	24%
>10 Tahun	26	62%
Total	42	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa masa kerja auditor didominasi dengan masa kerja 1-5 tahun sebanyak 18 responden dengan persentase 54%, kemudian disusul dengan masa kerja 6-10 tahun dan >10 tahun yaitu sebanyak 8 responden dengan persentase 23%. Masa kerja dapat menentukan tingkat keahlian dan pengalaman yang didapatkan oleh auditor dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa masa kerja auditor secara general lebih dari 1 tahun.

Subbagian Ketiga Outer Model

Uji kecocokan pada model ini merupakan uji kecocokan *outer model* dengan menyesuaikan validitas konvergen dan validitas diskriminan.

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi antara skor indikator reflektif dengan skor variabel latennya. Pada analisis faktor, hal ini dapat dilihat pada nilai muatan faktor (*factor loading*). Beberapa ilmuwan menyebutkan bahwa jika nilai muatan faktor lebih besar sama dengan 0,5 sampai dengan 0,6 dianggap cukup sebagai kriteria

terpenuhinya validitas konvergen, hal ini berlaku jika banyak indikator masing-masing variabel berkisar antara 3 sampai dengan 7. Bahkan Hair *et al.* (2010) memberikan *rule of thumb* muatan faktor dipandang bermakna jika lebih besar sama dengan 0,30.

Tabel 7. Combine Loadings dan Cross Loadings

	KP	KA	SP	KIA	P value
KP1	0.673	0.274	-0.374	0.003	<0.001
KP2	0.785	-0.298	0.315	-0.276	<0.001
KP5	0.840	-0.090	0.569	-0.329	<0.001
KP6	0.690	-0.279	-0.000	0.003	<0.001
KP7	0.684	0.179	0.225	-0.110	<0.001
KP8	0.542	0.359	-1.157	1.041	<0.001
KA1	0.102	0.808	-0.163	-0.269	<0.001
KA2	0.017	0.840	-0.099	-0.137	<0.001
KA3	0.023	0.833	0.066	0.128	<0.001
KA4	0.150	0.636	0.605	-0.133	<0.001
KA5	-0.259	0.814	-0.276	0.381	<0.001
SP3	0.027	-0.020	0.832	0.370	<0.001
SP4	-0.017	0.039	0.823	0.361	<0.001
SP6	0.006	0.028	0.895	0.268	<0.001
SP7	0.031	0.170	0.636	-0.715	<0.001
SP8	-0.039	-0.173	0.860	-0.453	<0.001
KIA6	0.017	0.219	0.214	0.746	<0.001
KIA7	0.035	0.161	-0.001	0.912	<0.001
KIA8	0.104	0.046	0.093	0.785	<0.001
KIA9	-0.106	-0.205	-0.095	0.877	<0.001
KIA10	-0.037	-0.184	-0.164	0.901	<0.001

Sumber: Hasil olahdata WarpPLS 6.0

2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dapat dilihat dari nilai *loading* dan *cross loading*. Apabila nilai *loading* setiap indikator pada variabel bersangkutan lebih besar dibandingkan dengan *cross loading* pada variabel laten lainnya maka dikatakan memenuhi validitas diskriminan. Metode untuk melihat validitas diskriminan keseluruhan indikator secara bersama-sama (kuesioner) dapat dilihat dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap variabel laten dengan korelasi antar variabel laten bersangkutan dengan variabel laten lainnya. Bilamana akar AVE (pada diagonal utama) lebih besar dari korelasi variabel yang bersangkutan, maka terpenuhi validitas diskrimina.

Tabel 8. Akar AVE dan Koefisien Korelasi

	KP	KA	SP	KIA
KP	0.709	0.317	0.404	0.355
KA	0.317	0.790	0.672	0.587
SP	0.404	0.672	0.814	0.772
KIA	0.355	0.587	0.772	0.847

Sumber: Output olah data WarpPLS 6.0

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa validitas diskriminan setiap indikator terpenuhi karena nilai akar AVE (pada diagonal utama) lebih besar dari korelasi variabel tersebut. Misalnya variabel KP nilai akar AVE nya 0.709 korelasi variabel lain 0.317, 0.404, 0.355 sehingga variabel KP dikatakan telah memenuhi validitas diskriminan.

3. Uji Reliabilitas

Variabel	Composite reliability coefficients	Cronbach's alpha coefficients
KP	0.856	0.797
KA	0.891	0.846
SP	0.907	0.869
KIA	0.926	0.899

Tabel 9. Uji Reliabilitas

Sumber: Hasil output WarpPLS 6.0

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Komitmen Profesional memiliki nilai *composite reliability* sebesar 0.856, maka komitmen profesional dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai >0.70 . Nilai cronbach alpha untuk komitmen profesional sebesar 0.797 artinya reliabel untuk melakukan pengujian karena memiliki nilai >0.60 .
2. Keahlian Audit memiliki nilai *composite reliability* sebesar 0.891, maka keahlian audit dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai >0.70 . Nilai cronbach alpha untuk keahlian audit sebesar 0.846 artinya reliabel untuk melakukan pengujian karena memiliki nilai >0.60 .
3. Skeptisme profesional memiliki nilai *composite reliability* sebesar 0.907, maka dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai >0.70 . Nilai *cronbach alpha* untuk independensi sebesar 0.869 artinya reliabel untuk melakukan pengujian karena memiliki nilai >0.60 .
4. Kinerja Auditor memiliki nilai *composite reliability* sebesar 0.926, maka dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai >0.70 . Nilai *cronbach alpha* untuk kinerja auditor sebesar 0.899 artinya reliabel untuk melakukan pengujian karena memiliki nilai >0.60 .

Model Fit and Quality Indices

Tabel 10. Model Fit dan *Quality Indices*

No.	Model fit and quality indices	Kriteria Fit	Hasil Analisis	Keterangan
1.	Average path coefficient (APC)	$p < 0,05$	0.390 P=0.001	Baik
2.	Average R-squared (ARS)	$p < 0,05$	0.656 P<0.001	Baik
3.	Average adjusted R-squared (AARS)	$p < 0,05$	0.635 P<0.001	Baik
4.	Average block VIF (AVIF)	acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	1.479	Ideal
5.	Average full collinearity VIF (AFVIF)	acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	2.183	Ideal
6.	Tenenhaus GoF (GoF)	kecil ≥ 0.1 , sedang ≥ 0.25 , besar ≥ 0.36	0.641	Besar
7.	Sympson's paradox ratio (SPR)	acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1	1.000	Ideal
8.	R-squared contribution ratio (RSCR)	acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1	1.000	Ideal
9.	Statistical suppression ratio (SSR)	acceptable if ≥ 0.7	1.000	Ideal
10.	Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)	acceptable if ≥ 0.7	1.000	Ideal

Sumber: Output olah data WarpPLS 6.0

Batas nilai yang dapat diterima untuk nilai APC, ditentukan oleh *p-value* yang dihasilkan yaitu ≤ 0.05 . Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh nilai APC = 0.390 dan $p=0.001$, sehingga dapat disimpulkan model yang dibangun dalam penelitian ini dapat memenuhi syarat signifikansi. Batas nilai yang dapat diterima untuk nilai ARS, ditentukan oleh *p-value* yang dihasilkan yaitu ≤ 0.05 . Telah diperoleh nilai ARS = 0.656 dan $p<0.001$, hal ini menunjukkan bahwa model yang dibangun dalam penelitian ini dapat memenuhi syarat signifikansi.

Batas nilai yang dapat diterima untuk nilai AARS, ditentukan oleh *p-value* yang dihasilkan yaitu ≤ 0.05 . Telah diperoleh nilai AARS = 0.635 dan $p<0.001$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang dibangun dalam penelitian ini dapat memenuhi syarat signifikansi.

Batas nilai ideal AVIF adalah ≤ 3.3 dan masih bisa diterima/ditoleransi sampai pada nilai 5. Telah diperoleh nilai AVIF = 1.479, artinya masuk pada kategori nilai yang ideal, maka dapat disimpulkan bahwa model yang dibangun dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Batas nilai ideal AFVIF adalah ≤ 3.3 dan masih bisa diterima/ditoleransi sampai pada nilai 5. Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh nilai AFVIF = 2.183, artinya masuk pada kategori nilai yang ideal, hal ini dapat disimpulkan model yang dibangun dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

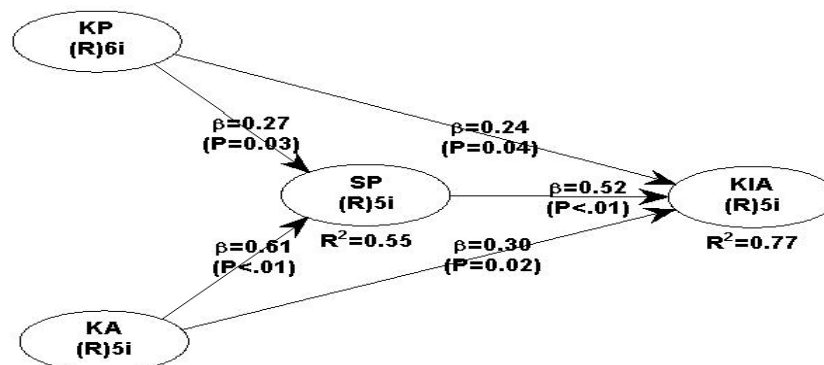
Batas nilai GoF mempunyai tiga kategori yaitu kecil ≥ 0.1 , menengah ≥ 0.25 , dan besar ≥ 0.36 . Telah diperoleh nilai GoF = 0.641, artinya masuk pada kategori nilai yang besar, jadi dapat disimpulkan bahwa kekuatan model dalam penelitian ini melakukan prediksi yang besar. Batas nilai ideal SPR adalah 1 dan masih bisa diterima/ditoleransi apabila ≥ 0.7 . Telah diperoleh nilai SPR = 1.000, artinya masuk pada kategori nilai yang ideal, jadi dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini mampu menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel.

Batas nilai ideal RSCR adalah 1 dan masih bisa diterima/ditoleransi apabila ≥ 0.9 . Telah diperoleh nilai RSCR = 1.000, artinya masuk pada kategori nilai yang ideal, jadi dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini mampu menunjukkan kemampuan variabel prediktor dalam menjelaskan variabel respon. Batas nilai ideal SSR adalah 1 dan masih bisa diterima/ditoleransi apabila ≥ 0.7 . Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh nilai SSR = 1.000, artinya masuk pada kategori nilai ideal, jadi dapat disimpulkan. Batas nilai ideal NLBCDR adalah 1 dan masih bisa diterima/ditoleransi apabila ≥ 0.7 . Telah diperoleh nilai NLBCDR = 1.000, artinya masuk pada kategori nilai diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini mampu menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel.

Subbagian Keempat

Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Gambar 1. Koefisien Determinasi



Sumber: Data Olahan WarpPLS 6.0

Keterangan:

KP= Komitmen Profesional
 KA= Keahlian Audit
 SP = Skeptisme Profesional
 KIA= Kinerja Auditor

Tabel 11. Ukuran Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Variabel	R-Square
Skeptisme Profesional (Z)	0.55
Kinerja Auditor (Y)	0.77

Sumber: Data Olahan

Dari tabel di atas, dijelaskan koefisien determinasinya sebagai berikut:

1. Dapat dilihat nilai R-Square adalah sebesar 0.55 atau 55% yang berarti bahwa Komitmen Profesional dan Keahlian Audit dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap Skeptisme Profesional adalah sebesar 55% sedangkan sisanya 45% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini.
2. Dapat dilihat nilai R-Square adalah sebesar 0.77 atau 77% yang berarti bahwa Komitmen Profesional dan Keahlian Audit dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap Kinerja Auditor adalah sebesar 77% sedangkan sisanya sebesar 23% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Relevansi Prediksi (*Q-Square*)

Relevansi prediksi *Q-Square* bertujuan untuk mengukur seberapa baik nilai pengamatan oleh model dan juga estimasinya. Relevansi prediksi dianggap baik jika nilai *Q-Square* >0, jika hasil *Q-Square* <0 artinya model penelitian tidak relevan. Adapun hasil dari perhitungan menggunakan *software* WarpPLS 6.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 12. Ukuran *Q-Square*

Variabel	Q-Square
Skeptisme Profesional (Z)	0.563
Kinerja Auditor (Y)	0.770

Sumber: Output olah data WarpPLS 6.0

Dari Tabel 12 diatas dapat dilihat bahwa nilai *Q-Square* dari Skeptisme Profesional (Z) adalah sebesar 0.563 dan Kinerja Auditor adalah sebesar 0.770 yang berarti >0 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitiain ini adalah relevan.

Hasil Pengujian

Pengujian hipotesis pada analisis SEM-PLS menggunakan uji-t dibantu dengan *software* WarpPLS 6.0, kaidah pengujian hipotesis yaitu dilakukan dengan *t-test*. Kaidah keputusan dilakukan bila diperoleh *p-value* ≤0.05 maka dikatakan *significant*.

Tabel 13. Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Hipotesis	Hubungan antara Variabel (Variabel Penjelas ke Variabel Respon)	Koef Jalur	<i>P-value</i>	Keterangan
1.	H1	KP KIA	0.244	0.044	Signifikan
2.	H2	KA KIA	0.304	0.015	Signifikan
3.	H3	SP KIA	0.522	0.001	Signifikan
4.	H4	KP SP	0.272	0.028	Signifikan
5.	H5	KA SP	0.608	0.001	Signifikan

Sumber: Output Olah Data WarpPLS 6.0

Berdasarkan tabel 13 menggunakan WarpPLS 6.0, dapat diketahui bahwa:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi antara Komitmen Profesional dan Kinerja Auditor sebesar 0.244 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.044. Hal ini menunjukkan bahwa Komitmen Profesional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Auditor maka dinyatakan bahwa H1 diterima.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi antara Keahlian Audit dan Kinerja Auditor sebesar 0.304 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.015. Hal ini menunjukkan bahwa Komitmen Profesional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Auditor maka dinyatakan bahwa Hipotesis kedua (H2) diterima.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi antara Skeptisme Profesional dan Kinerja Auditor sebesar 0.522 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa Skeptisme Profesional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Auditor maka dinyatakan bahwa Hipotesis ketiga (H3) diterima.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi antara Komitmen Profesional dan Skeptisme Profesional sebesar 0.272 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.028. Hal ini menunjukkan bahwa Komitmen Profesional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Skeptisme Profesional maka dinyatakan bahwa Hipotesis keempat (H4) diterima.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi antara Keahlian Audit dan Skeptisme Profesional sebesar 0.608 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa Keahlian Audit memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Skeptisme Profesional maka dinyatakan bahwa Hipotesis kelima (H5) diterima.

Tabel 14. Hasil Analisis Jalur

Pengaruh Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung Melalui Skeptisme Profesional	Pengaruh Total
KP → SP	0.272		0.272
KP → KIA	0.244	0.142	0.385
KA → SP	0.608		0.608
KA → KIA	0.304	0.317	0.622
SP → KIA	0.522		0.522

Sumber: Output Olah Data WarpPLS 6.0 Tahun 2019

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 14 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pengaruh Komitmen Profesional dengan Kinerja Auditor melalui Skeptisme Profesional memiliki pengaruh langsung sebesar 0.244 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0.142. Pengaruh Komitmen Profesional terhadap Skeptisme Profesional dan Pengaruh Skeptisme Profesional terhadap Kinerja Auditor signifikan namun koefisien jalur pengaruh tidak langsung melalui Skeptisme Profesional lebih kecil (turun) dari koefisien jalur pengaruh langsung sehingga dikatakan skeptisme profesional sebagai variabel mediasi sebagian (*partial mediation*) (Solimun, 2017).
- b. Pengaruh Keahlian Audit terhadap Kinerja Auditor melalui Skeptisme Profesional memiliki pengaruh langsung sebesar 0.304 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0.317. Pengaruh Keahlian Audit terhadap Skeptisme Profesional, pengaruh Skeptisme Profesional

terhadap Kinerja Auditor dan pengaruh Keahlian Audit terhadap Kinerja Auditor signifikan dengan koefisien jalur pengaruh tidak langsung melalui Skeptisme Profesional hampir sama dengan pengaruh langsung maka Skeptisme Profesional dikatakan bukan sebagai variabel mediasi antara Keahlian Audit dengan Kinerja Auditor.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa data menggunakan *software* WarpPLS 6.0 maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen profesional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja auditor. Komitmen profesional yang tinggi yang merupakan faktor internal yang membentuk sikap loyalitas auditor akan meningkatkan keseriusan dan kecintaannya terhadap profesi, hal ini kemudian berdampak terhadap kinerja auditor yang semakin membaik. Komitmen profesional sangat penting bagi seorang auditor, agar tercipta kondisi kerja yang kondusif sehingga perusahaan yang di audit dapat berjalan secara efisien dan efektif (Hasan dkk, 2014).
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keahlian audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja auditor. Keahlian audit merupakan faktor eksternal menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2001) dipengaruhi dengan menempuh pendidikan formal maupun praktik, serta mengikuti kegiatan pelatihan teknis yang mencakup aspek teknis dan pendidikan umum, yang nantinya hal tersebut akan membentuk pengalaman dan keahlian auditor dalam melaksanakan tugasnya.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skeptisme profesional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja auditor. Skeptisme profesional yang merupakan tuntutan bagi auditor, mendasari mereka dalam melaksanakan proses audit seperti pada proses pengumpulan bukti audit, luas dan sampel audit yang dibutuhkan. Sikap skeptis yang tinggi dari auditor, akan menyebabkan bukti yang didapatkan semakin kompeten sehingga hal ini menjadi landasan untuk meningkatkan proses audit yang lebih bermutu, ketika proses audit menjadi lebih bermutu sesuai dengan aturan dan menguji kewajaran dengan cermat maka kinerja auditor akan meningkat.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen profesional berpengaruh positif dan signifikan terhadap skeptisme profesional. Ketika auditor memiliki komitmen profesional yang baik maka auditor akan berusaha untuk bertanggung jawab atas pelaksanaan audit secara profesional, dan mampu menjalankan kinerja auditor dengan baik dengan skeptisme profesional yang dimiliki maka bukti akan menjadi lebih kredibel. Satu diantara profesionalisme yang diharuskan dalam standar auditing adalah skeptisme profesional.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keahlian audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap skeptisme profesional. Dalam Standar Pemeriksaan Keuangan Negara (SPKN) menjelaskan bahwa profesionalisme adalah kemampuan, keahlian, dan komitmen profesi dalam menjalankan tugas. Keahlian audit akan membentuk skeptisme auditor dalam pelaksanaan proses audit. Keahlian yang didapatkan oleh auditor mampu memberikan pemahaman lebih kepada auditor mengenai proses pelaksanaan penugasan audit yang dilakukan terhadap *auditee*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arens, A.A., Elder, R.J., Beasley, M. S. (2015). *Auditing dan Jasa Assurance: Pendekatan Terintegrasi*. Erlangga.
- Arif, R., & Sari, N. (2023). Pengaruh Pengalaman Auditor, Keahlian Auditor, Etika Auditor,

Putri, A. W. (2025). Pengaruh Komitmen Profesional Dan Keahlian Auditor Terhadap Kinerja Audit Dengan Skeptisme Profesional Sebagai Pemediiasi (Studi Kasus Pada Kantor Inspektorat Kota Pontianak Dan Inspektorat Kabupaten Kubu Raya). *OBIS*, 7(2), 1-14

dan Tekanan Anggaran Waktu Terhadap Kinerja Auditor. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(3), 135–150.

Badan Pemeriksa Keuangan. (2007). *Peraturan BPK No 1 Tahun 2007 tentang Standar Pemeriksaan Keuangan Negara*.

Djohan & Maria. (2016). Analisis Komitmen Organisasi dan Komitmen Profesional Terhadap Kepuasan Kerja Auditor Eksternal. *Sanata Dharma*.

Hartan, T., & Waluyo, I. (2016). Kompetensi Terhadap Kemampuan Auditor Mendeteksi Kecurangan (Studi Empiris Pada Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta) Competence Against Auditor ' S Ability To Detect Fraud (Empirical. *Jurnal Profita*, 2(3), 1–20.

IAPI. (2011). *Standar Profesi Akuntan Publik (SPAP)*.

Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). (2007). *SPAP SA Seksi 220*.

Linting, I. (2013). *Pengaruh Kompetensi, Objektivitas, Independensi, Dan Kinerja Auditor Internal Terhadap Kualitas Audit Pada Bri Inspektorat Makassar*. 1–56.

Putu, N., & Sari, S. (2018). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Self-Efficacy Memoderasi Kompleksitas Tugas , Tekanan Anggaran Waktu , Independensi Terhadap Audit Judgment BPK RI Provinsi Bali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Fakultas Eko. 23, 267–295*.

RAI. (2008). *Audit Kinerja pada Sektor Publik*. Salemba Empat.

Riris, Sitorus & Lenny, W. (2016). PENGARUH PROFESIONALISME DAN ETIKA PROFESI TERHADAP KINERJA AUDITOR DENGAN STRUKTUR AUDIT SEBAGAI PEMODERASI. *Media Studi Ekonomi*, 9(2).

Solimun, M. & F. (2017). *Metode Statistika Multivariat*. UB Press.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)* (3rd ed.). Alfabeta.

Trisnarningsih, S. (2007). *Amkp-02 2*. 1–56. www.multiparadigma.lecture.ub.ac.id

Triyanthi, M., & Budiarta, K. (2015). Pengaruh Profesionalisme, Etika Profesi, Independensi, Dan Motivasi Kerja Pada Kinerja Internal Auditor. *E-Jurnal Akuntansi*, 10(3), 797–809.

**PENGARUH ROE, NPM, GPM, EPS DAN DER TERHADAP HARGA SAHAM
PADA SEKTOR OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA****Nicholas Giordany¹, Junardi²***giordany31nicholas@gmail.com¹, Jun.thriller7@gmail.com²*
Politeknik Tonggak Equator Pontianak^{1,2}**ABSTRACT**

This study investigated the impact of Return on Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), Gross Profit Margin (GPM), Earnings Per Share (EPS), and Debt to Equity Ratio (DER) on stock prices of automotive companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2019-2023. Using a quantitative associative approach, secondary data from 8 selected automotive manufacturing companies (out of 13) were analyzed with IBM SPSS version 26. The analysis included descriptive statistics, classical assumption tests, multiple linear regression, multiple correlation (R), simultaneous determination (R^2), and hypothesis testing (F-test and t-test). Results indicated that ROE, NPM, GPM, EPS, and DER simultaneously and significantly influence stock prices ($p < 0.05$, F-statistic = 15.024). However, only EPS showed a significant positive partial influence on stock prices ($p < 0.05$, t-statistic = 7.840). ROE, NPM, GPM, and DER did not individually have a significant partial impact. The independent variables explained 68.8% of the variation in stock prices ($R^2 = 0.688$), with other factors accounting for the remaining 31.2%.

Keywords: ROE, NPM, EPS, DER, Stock Prices

LATAR BELAKANG

Sub sektor otomotif atau bisa disebut dengan industri pengolahan dan manufaktur merupakan salah satu sub sektor dari sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sub sektor otomotif merupakan salah satu pilar industri manufaktur yang memiliki peran strategis dalam perekonomian suatu negara. Secara luas, sektor ini mencakup berbagai macam aktivitas yang berkaitan dengan proses perancangan, pengembangan, produksi, pemasaran, dan penjualan kendaraan. Putri (2023) "Dapat dilihat bahwa perkembangan penjualan mobil listrik di Indonesia, meningkat pesat dari 812 unit di tahun 2019 menjadi 15.437 unit pada tahun 2022". Bersamaan dengan ekspansi tersebut, peluang kendaraan listrik berkembang di Indonesia semakin terbuka setelah regulasi kendaraan listrik yang telah dirilis pemerintah, mendorong terciptanya lingkungan yang kompetitif yang menuntut perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja bisnis mereka demi keberlanjutan.

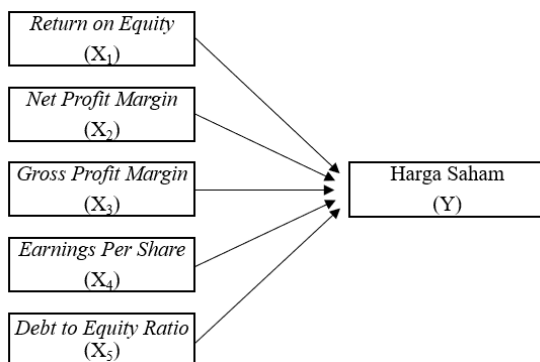
Untuk menghadapi kondisi yang semakin kompetitif ini, perusahaan memerlukan strategi manajemen yang efektif untuk memperoleh modal jangka panjang, terutama melalui pasar modal. Pasar modal berperan sebagai platform penting bagi perusahaan otomotif untuk menarik investasi baik dari dalam maupun luar negeri. Sebelum mengambil keputusan investasi, para investor secara cermat menganalisis kinerja perusahaan melalui laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan indikator penting dari kinerja historis sekaligus prediktor kelayakan perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam menyajikan laporan keuangan yang transparan dan informatif sangat penting untuk menarik minat investor.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Return on Equity (ROE)*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Gross Profit Margin (GPM)*, *Earning Per Share (EPS)*, dan *Debt to Equity Ratio (DER)* terhadap harga saham perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di BEI dalam periode yang ditentukan, dengan fokus pada lima variabel keuangan yang telah disebutkan. Berdasarkan pemaparan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *return on equity* berpengaruh terhadap harga saham pada sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023?
2. Apakah *net profit margin* berpengaruh terhadap harga saham pada sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023?
3. Apakah *gross profit margin* berpengaruh terhadap harga saham pada sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023?
4. Apakah *earnings per share* berpengaruh terhadap harga saham pada sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023?
5. Apakah *debt to equity ratio* berpengaruh terhadap harga saham pada sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023?

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dengan menyediakan referensi dan wawasan tambahan dalam studi analisis keuangan, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi harga saham. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi penulis dalam menerapkan dan mengembangkan pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan, serta memperdalam analisis keuangan terkait penilaian kewajaran harga saham perusahaan. Bagi masyarakat umum, khususnya investor, temuan penelitian mengenai kinerja keuangan perusahaan yang diukur melalui ROE, NPM, GPM, EPS, dan DER diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mereka serta menjadi dasar dalam mengambil keputusan investasi yang lebih tepat dan rasional di sektor otomotif.

KAJIAN LITERATUR



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah disajikan di atas, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Terdapat pengaruh yang signifikan dari *return on equity* terhadap harga saham
- H2: Terdapat pengaruh yang signifikan dari *net profit margin* terhadap harga saham
- H3: Terdapat pengaruh yang signifikan dari *gross profit margin* terhadap harga saham
- H4: Terdapat pengaruh yang signifikan dari *earnings per share* terhadap harga saham
- H5: Terdapat pengaruh yang signifikan dari *debt to equity ratio* terhadap harga saham

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kuantitatif untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan dependen. Penelitian dilakukan di

Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan data laporan keuangan dari perusahaan otomotif dan komponen untuk periode 2019-2023 yang diakses melalui situs resmi BEI (www.idx.co.id). Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret hingga Mei 2025. Populasi penelitian mencakup 13 perusahaan manufaktur otomotif dan komponen yang terdaftar di BEI selama periode yang ditentukan. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, berdasarkan kriteria seperti perusahaan yang terdaftar dan menyajikan laporan keuangan lengkap dalam mata uang Rupiah, sehingga diperoleh 8 perusahaan sebagai sampel dengan total 40 data observasi (8 perusahaan x 5 tahun).

Tabel 1. Kriteria Penarikan Sampel

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan sub sektor otomotif dan manufaktur bahan mentah kendaraan periode 2019-2023	13
2	Perusahaan sub sektor dan manufaktur bahan mentah yang menyajikan data laporan keuangan tahunan secara tidak lengkap selama periode 2019-2023	(2)
3	Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang Rupiah	(3)
Jumlah Sampel		8
Jumlah Data Penelitian (8 x 5 tahun)		40

Variabel independen pada penelitian ini adalah *Return On Equity (ROE)*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Gross Profit Margin (GPM)*, *Earning Per Share (EPS)*, dan *Debt to Equity Ratio (DER)*, diukur menggunakan rumus akuntansi keuangan standar. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah harga saham.

Tabel 2. Variabel Penelitian

Variabel	Rumus	Skala Pengukuran
X ₁ <i>Return On Equity</i>	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$	Persen
X ₂ <i>Net Profit Margin</i>	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$	Persen
X ₃ <i>Gross Profit Margin</i>	$\frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$	Persen
X ₄ <i>Earnings Per Share</i>	$\frac{\text{Pendapatan Bersih}}{\text{Jumlah Saham Biasa yang Beredar}}$	Persen
X ₅ <i>Debt to Equity Ratio</i>	$\frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$	Persen

Pengambilan data penelitian menggunakan teknik studi dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data yang dilakukan didalam penelitian ini yang digunakan adalah analisa statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolineartas, dan uji heteroskedastisitas, dan uji autokolerasi), analisis regresi linear berganda, analisis kolerasi linear berganda (R), analisis determinasi (R²) Simultan, dan uji hipotesis(Uji F, and Uji t).

HASIL DAN DISKUSI

Analisis Statistik Deskriptif suatu metode statistik yang berfokus pada pengumpulan, pengolahan dan penyajian data secara deskriptif, terutama pada variabel *return on equity* (X1), *net profit margin* (X2), *gross profit margin* (X3), *earnings per share* (X4) and *debt to equity ratio* (X5) terhadap harga saham (Y).

Tabel 3. Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X₁ (ROE)	40	-.0820	.2855	.087216	.0861448
X₂ (NPM)	40	-.0727	.3386	.079630	.0795711
X₃ (GPM)	40	.1166	.3587	.204654	.0598974
X₄ (EPS)	40	-169.1692	1099.2365	191.394589	264.8299595
X₅ (DER)	40	.0713	3.7510	.889342	.9825308
Y (Stock Price)	40	195	6925	1696.85	1752.000
Valid N (listwise)	40				

Sumber: Data Olahan, 2025

Penjelasan mengenai masing-masing data akan dijelaskan sebagai berikut:

- Return on Equity* memiliki nilai terendah (minimum) adalah -0.0820 dan nilai tertinggi (maksimum) adalah 0.2855. Selain itu nilai rata-rata (mean) adalah 0.087216 dengan nilai standar deviasi yang diperoleh adalah 0.0861448.
- Net Profit Margin* memiliki nilai terendah (minimum) adalah -0.0727 dan nilai tertinggi (maksimum) adalah 0.3386. Selain itu nilai rata-rata (mean) adalah 0.079630 dengan nilai standar deviasi yang diperoleh adalah 0.0795711.
- Gross Profit Margin* memiliki nilai terendah (minimum) adalah 0.1166 dan nilai tertinggi (maksimum) adalah 0.3587. Selain itu nilai rata-rata (mean) adalah 0.204654 dengan nilai standar deviasi yang diperoleh adalah 0.0598974.
- Earnings Per Share* memiliki nilai terendah (minimum) adalah -169.1692 dan nilai tertinggi (maksimum) adalah 1099.2365. Selain itu nilai rata-rata (mean) adalah 191.394589 dengan nilai standar deviasi yang diperoleh adalah 264.8299595.
- Debt to Equity Ratio* memiliki nilai terendah (minimum) adalah 0.0713 dan nilai tertinggi (maksimum) adalah 3.7510. Selain itu nilai rata-rata (mean) adalah 0.889342 dengan nilai standar deviasi yang diperoleh adalah 0.9825308.
- Stock Price* memiliki nilai terendah (minimum) adalah 195 dan nilai tertinggi (maksimum) adalah 6925. Selain itu nilai rata-rata (mean) adalah 1696.85 dengan nilai standar deviasi yang diperoleh adalah 1752.000.

Uji Normalitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu sampel data yang berasal dari populasi berdistribusi normal dan tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal.

Tabel 4 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	977.9593248
Most Extreme Differences	Absolute	.177
	Positive	.177
	Negative	-.109

Test Statistic	.177
Asymp. Sig. (2-tailed)	.003 ^c

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 5 Uji Normalitas Setelah Transformasi

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.64932563
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.101
	Negative	-.092
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan on Table 5, maka dapat diketahui bahwa hasil uji normalitas menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0.200 lebih besar dari nilai signifikansi sebesar 0.05. Dengan demikian hasil penelitian dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas residual.

Uji Multikolinearitas merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang sangat kuat antara variabel-variabel bebas (variabel indenpenden) dalam sebuah penelitian. Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas pada data penelitian. Pada penelitian ini, adanya suatu multikolinearitas dapat diketahui dari nilai tolerance value dan nilai variance inflation factor (VIF). Nilai tolerance value > 0,10 dan VIF < 10 menunjukkan bahwa terjadi adanya multikolinearitas pada sebuah model regresi. Sedangkan jika nilai tolerance value < 0,10 dan VIF > 10 maka hal tersebut menunjukkan terjadi adanya multikolinearitas pada sebuah model regresi.

Tabel 6 Uji Multikolinearitas

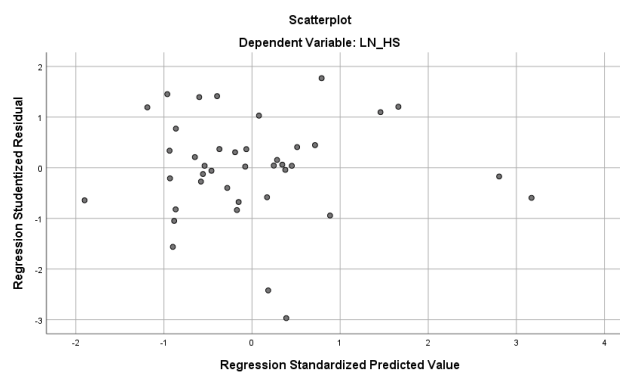
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-351.889	780.085		-.451	.655		
ROE	-3531.976	4012.741	-.174	-.880	.385	.235	4.248
NPM	-2212.362	3711.841	-.100	-.596	.555	.322	3.101
GPM	7017.511	5043.635	.240	1.391	.173	.308	3.244
EPS	5.880	.750	.889	7.840	.000	.713	1.402
DER	-32.117	220.571	-.018	-.146	.885	.599	1.670

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel 6 diatas maka, dapat diketahui hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance value pada variabel return on equity sebesar 0,235, net profit margin sebesar 0,322, gross profit margin sebesar 0,308, debt to equity ratio sebesar 0,599 dan earnings per share 0,713. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas tersebut diketahui bahwa variabel return on equity, net profit margin, gross profit margin, earnings per share dan debt to equity ratio memiliki nilai lebih dari 0,10 dan nilai variance inflation factor (VIF) pada variabel return on equity sebesar 4,248, net profit margin sebesar 3,101, gross profit margin sebesar 3,244, debt to equity ratio sebesar 1,670 dan earnings per share sebesar 1,402. Dapat diketahui bahwa nilai VIF dari kelima variabel tersebut memiliki nilai kurang dari 10. Berdasarkan hasil pengujian maka, dapat diketahui bahwa tidak terjadi masalah pada multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Terdapat beberapa metode yang dapat dilakukan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Oleh sebab itu, Penulis menggunakan uji scatterplot dan uji kolerasi rank spearman dalam penelitian ini.

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot bertujuan untuk menguji apakah terdapat adanya ketidaksamaan variance dari residual pada suatu model regresi. Uji ini dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Jika terdapat adanya pola tertentu pada grafik scatterplot seperti titik-titik yang membentuk pola bergelombang, melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, maka hal tersebut mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Namun, sebaliknya jika grafik scatterplot menunjukkan titik-titik data menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0, penyebaran titik-titik data tidak berpola dan penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang, melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Berdasarkan hasil uji scatterplot pada tabel 7 diatas, grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik data tidak berpola dan penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang, melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Grafik scatterplot juga menunjukkan titik-titik data menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji multikolinearitas dengan menggunakan uji korelasi rank spearman. Uji korelasi rank spearman adalah metode statistik non-parametrik yang digunakan untuk mengukur kekuatan atau arah hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai Sig. (2-tailed) menunjukkan nilai yang < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi adanya gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai Sig. (2-tailed) menunjukkan nilai yang > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi adanya gejala heteroskedastisitas.

Tabel 8 Uji Rank Spearman

			ROE	NPM	GPM	EPS	DER	Unstandardized Residual
Spearman's rho	ROE	Correlation Coefficient	1.000	.883**	.614**	.622**	-.280	.010
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.080	.952
		N	40	40	40	40	40	40
	NPM	Correlation Coefficient	.883**	1.000	.705**	.474**	-.579**	.012

	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.002	.000	.941
	N	40	40	40	40	40	40
GPM	Correlation Coefficient	.614**	.705**	1.000	.237	-.186	-.087
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.141	.249	.594
	N	40	40	40	40	40	40
EPS	Correlation Coefficient	.622**	.474**	.237	1.000	-.020	.075
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.141	.	.902	.645
	N	40	40	40	40	40	40
DER	Correlation Coefficient	-.280	-.579**	-.186	-.020	1.000	-.078
	Sig. (2-tailed)	.080	.000	.249	.902	.	.631
	N	40	40	40	40	40	40
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.010	.012	-.087	.075	-.078	1.000
	Sig. (2-tailed)	.952	.941	.594	.645	.631	.
	N	40	40	40	40	40	40

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan hasil uji rank spearman pada Tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) kelima variabel independen yaitu return on equity adalah sebesar 0,952, net profit margin sebesar 0,941, gross profit margin sebesar 0,594, earnings per share sebesar 0,645, debt to equity ratio sebesar 0,631. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari kelima variabel tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji autokorelasi merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Syarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Model pengujian yang akan digunakan dalam uji autokorelasi adalah uji run test. Jika Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan nilai < 0.05 maka dapat disimpulkan terdapat gejala autokorelasi. Sebaliknya jika Asymp. Sig. (2-tailed) pada uji run test menunjukkan nilai > 0.05 maka dapat disimpulkan tidak ada gejala autokorelasi.

**Tabel 9 Uji Autokorelasi
Runs Test**

Unstandardized Residual	
Test Value ^a	34.23033
Cases < Test Value	20
Cases >= Test Value	20
Total Cases	40
Number of Runs	15
Z	-1.762
Asymp. Sig. (2-tailed)	.078

Berdasarkan Tabel 9, hasil uji autokorelasi dengan menggunakan metode run test menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,078. Hal ini menunjukkan bahwa

nilai 0,078 lebih besar dari nilai 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokolerasi pada model regresi.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat. Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana perubahan beberapa faktor secara bersama-sama mempengaruhi hasil akhir dan menentukan variabel mana yang memiliki dampak paling besar terhadap variabel dependen (variabel terikat). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah harga saham, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah return on equity, net profit margin, gross profit margin, earnings per share dan debt to equity ratio.

Tabel 10 Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-351.889	780.085		-.451	.655		
ROE	-3531.976	4012.741	-.174	-.880	.385	.235	4.248
NPM	-2212.362	3711.841	-.100	-.596	.555	.322	3.101
GPM	7017.511	5043.635	.240	1.391	.173	.308	3.244
EPS	5.880	.750	.889	7.840	.000	.713	1.402
DER	-32.117	220.571	-.018	-.146	.885	.599	1.670

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan hasil uji SPSS pada uji analisis persamaan regresi linear berganda yang ditampilkan pada Tabel 10, maka angka pada Constant menunjukkan nilai sebesar -351,889 yang merupakan nilai konstanta dari persamaan regresi linear berganda. Nilai koefisien regresi pada variabel β_1 adalah sebesar -3531,976, β_2 sebesar -2212,362, β_3 sebesar 7017,511, β_4 sebesar 5,880, β_5 sebesar -32,117. Berdasarkan data tersebut maka dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -351,889 - 3531,976X_1 - 2212,362X_2 + 7017,511X_3 + 5,880X_4 - 32,117X_5 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Berdasarkan persamaan regresi berganda di atas, nilai konstanta (α) adalah sebesar negatif 351,889 yang menyatakan bahwa jika semua variabel independen yaitu return on equity (X_1), net profit margin (X_2), gross profit margin (X_3), earnings per share (X_4) dan debt to equity ratio (X_5), bernilai nol (0), maka nilai harga saham (Y) adalah sebesar negatif 351,889.
- Koefisien regresi variabel return on equity (X_1) adalah sebesar negatif 3531,976. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen lain nilainya tetap dan return on equity mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka harga saham akan mengalami penurunan sebesar negatif 3531,976. Koefisien memiliki nilai negatif yang artinya variabel return on equity memiliki keterkaitan yang berlawanan arah dengan harga saham. Semakin meningkat nilai return on equity maka semakin menurun juga nilai harga saham.
- Koefisien regresi variabel net profit margin (X_2) adalah sebesar negatif 2212,362. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen lain nilainya tetap dan net profit margin mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka harga saham akan mengalami penurunan sebesar negatif 2212,362. Koefisien memiliki nilai negatif yang artinya variabel net profit margin memiliki keterkaitan yang berlawanan arah dengan harga saham. Semakin meningkat nilai net profit margin maka semakin menurun juga nilai harga saham.
- Koefisien regresi variabel gross profit margin (X_3) adalah sebesar positif 7017,511. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen lain nilainya tetap dan gross profit margin mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka harga saham akan mengalami kenaikan sebesar positif 7017,511. Koefisien memiliki nilai positif yang artinya variabel

- gross profit margin memiliki keterkaitan yang searah dengan harga saham. Semakin meningkat nilai gross profit margin maka semakin meningkat juga nilai harga saham.
- e. Koefisien regresi variabel earnings per share (X4) adalah sebesar positif 5,880. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen lain nilainya tetap dan earnings per share mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka harga saham akan mengalami kenaikan sebesar positif 5,880. Koefisien memiliki nilai positif yang artinya variabel earnings per share memiliki keterkaitan yang searah dengan harga saham. Semakin meningkat nilai earnings per share maka semakin meningkat juga nilai harga saham.
 - f. Koefisien regresi variabel debt to equity ratio (X5) adalah sebesar negatif 32,117. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen lain nilainya tetap dan debt to equity ratio mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka harga saham akan mengalami penurunan sebesar negatif 32,117. Koefisien memiliki nilai negatif yang artinya variabel debt to equity ratio memiliki keterkaitan yang berlawanan arah dengan harga saham. Semakin meningkat nilai debt to equity ratio maka semakin menurun juga nilai harga saham.

Analisis korelasi berganda merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa kuat korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen pada model regresi yang diteliti.

**Tabel 11 Analisis Korelasi Berganda (R)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.688	.643	1047.403

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan Tabel 11 di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,830 atau 83%. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi di antara variabel independen return on equity (X1), net profit margin (X2), gross profit margin (X3), earnings per share (X4) dan debt to equity ratio (X5) terhadap variabel dependen harga saham (Y) adalah sebesar 83%. Maka terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dan variabel dependen.

Analisis koefisien determinasi (R²) merupakan uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi pada variabel dependen. Apabila semakin kecil nilai koefisien determinasi maka hal tersebut menunjukkan terbatasnya variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

**Tabel 12 Analisis Determinasi (R²) Simultan
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.688	.643	1047.403

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan Tabel 12 yang disajikan di atas, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) menunjukkan nilai sebesar 0,688 atau 68,8%. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kemampuan variabel return on equity (X1), net profit margin (X2), gross profit margin (X3), earnings per share (X4) dan debt to equity ratio (X5) terhadap harga saham (Y) sebesar 68,8% dan sisanya adalah sebesar 31,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Uji F merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Apabila nilai signifikansi $F < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y (H_0 ditolak dan H_a diterima). Sebaliknya apabila nilai

signifikansi $F > 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y (H_0 diterima dan H_a ditolak).

Tabel 13 Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82410941.902	5	16482188.380	15.024	.000 ^b
	Residual	37299773.198	34	1097052.153		
	Total	119710715.100	39			

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan data yang terdapat pada Tabel 13 maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dapat diketahui (n) merupakan jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 data. Nilai dari tabel distribusi F dengan signifikansi sebesar 0,05, $df_1 (k - 1) = 6 - 1 = 5$, dan $df_2 = n - k - 1 = 40 - 5 - 1 = 34$, sehingga diperoleh nilai F_{tabel} untuk pengujian sebesar 2,494. Nilai F_{hitung} sebesar 15,024 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,494, artinya variabel independen return on equity, net profit margin, gross profit margin, debt to equity ratio dan earnings per share berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu harga saham. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini.

Uji t merupakan suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah suatu variabel secara parsial berpengaruh nyata atau tidak digunakan uji t atau t-student. Apabila nilai t hitung lebih besar dari t_{tabel} atau kurang dari 5%, yang berarti bahwa variabel dependen dapat menerangkan variabel independen, dan ada atau tidak ada pengaruh signifikan diantara kedua variabel yang diuji.

Tabel 14 t Test
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-351.889	780.085		-.451	.655		
	ROE	-3531.976	4012.741	-.174	-.880	.385	.235	4.248
	NPM	-2212.362	3711.841	-.100	-.596	.555	.322	3.101
	GPM	7017.511	5043.635	.240	1.391	.173	.308	3.244
	EPS	5.880	.750	.889	7.840	.000	.713	1.402
	DER	-32.117	220.571	-.018	-.146	.885	.599	1.670

Sumber: Data Olahan, 2025

Jumlah data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 40 data dengan 6 variabel yang digunakan. Maka, nilai t_{tabel} yang di peroleh adalah sebesar 2,032. Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel return on equity (X1) adalah sebesar 0,385 lebih besar dari 0,05 ($0,385 > 0,05$). Nilai t hitung (-0,880) < t_{tabel} 2,032, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang menunjukkan bahwa variabel return on equity (X1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial terhadap harga saham.

Nilai signifikansi dari variabel net profit margin (X2) adalah sebesar 0,555 lebih besar dari 0,05 ($0,555 > 0,05$). Nilai t hitung (-0,596) < t_{tabel} 2,032, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang menunjukkan bahwa variabel net profit margin (X2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial terhadap harga saham.

Nilai signifikansi dari variabel gross profit margin (X3) adalah sebesar 0,173 lebih besar dari 0,05 ($0,173 > 0,05$). Nilai t hitung 1,391 < t_{tabel} 2,032, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang menunjukkan bahwa variabel gross profit margin (X3) tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial terhadap harga saham.

Nilai signifikansi dari variabel earnings per share (X_4) adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Nilai t hitung $7,840 > t_{tabel} 2,032$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa variabel earnings per share (X_4) berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap harga saham.

Nilai signifikansi dari variabel debt to equity ratio (X_5) adalah sebesar 0,885 lebih besar dari 0,05 ($0,885 > 0,05$). Nilai t hitung $(-0,146) < t_{tabel} 2,032$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang menunjukkan bahwa variabel debt to equity ratio (X_5) tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial terhadap harga saham.

Pengaruh Return on Equity (X_1) terhadap Harga Saham.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas *return on equity* (X_1) terhadap harga saham pada sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, nilai signifikan variabel *return on equity* (X_1) adalah sebesar 0,385. Nilai tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ($0,385 > 0,05$) oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa *return on equity* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Martina Rut Utami, Arif Darmawan (2018) dan penelitian yang dilakukan oleh Neneng Tita Amalya (2018).

Return on Equity merupakan sebuah rasio keuangan yang menunjukkan seberapa efisien sebuah perusahaan dalam menggunakan modal yang diinvestasikan oleh pemegang sahamnya untuk menghasilkan laba bersih. Sederhananya, ROE mengukur seberapa banyak keuntungan yang dihasilkan perusahaan untuk setiap rupiah yang diinvestasikan oleh pemiliknya (pemegang saham). Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas, semakin tinggi jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *return on equity* (X_1) terhadap harga saham (Y). *Return on equity* tidak berpengaruh terhadap harga saham karena *return on equity* merupakan rasio keuangan yang menunjukkan kinerja keuangan perusahaan dalam menggunakan ekuitas pemegang saham untuk menghasilkan laba di periode sebelumnya. ROE dihitung berdasarkan data historis dan tidak secara langsung menggambarkan potensi pertumbuhan laba ke depan. Sedangkan, harga saham pada dasarnya mencerminkan ekspektasi pasar terhadap kinerja perusahaan di masa depan, bukan berfokus pada kinerja masa lalu. Oleh sebab itu, meskipun *return on equity* menunjukkan kinerja yang baik di masa lalu, hal tersebut tidak menjamin bahwa perusahaan akan tetap berkinerja baik di masa yang akan datang. Sehingga hal tersebut tidak dapat menjadi sebuah faktor yang dapat mempengaruhi harga saham pada suatu perusahaan. Jika investor tidak melihat prospek pertumbuhan yang menjanjikan, maka ROE tidak akan memberikan pengaruh signifikan terhadap harga saham.

Pengaruh Net Profit Margin (X_2) terhadap Harga Saham.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas *net profit margin* (X_2) terhadap harga saham pada sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, nilai signifikan variabel *net profit margin* (X_2) adalah sebesar 0,555. Nilai tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ($0,555 > 0,05$) oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa *net profit margin* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alifatus salimah dan Atsari Sujud (2020) dan penelitian yang dilakukan oleh Neneng Tita Amalya (2018).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa *net profit margin* (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham (Y). Margin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. *Net profit margin* sebagai rasio laba, hanya memberikan gambaran mengenai kesehatan finansial dengan mempertimbangkan besarnya persentase yang dapat diperoleh oleh

perusahaan terhadap laba bersih atas penjualan bersih, tetapi tidak memberikan gambaran lengkap tentang kualitas laba atau risiko yang terkait. Sedangkan naik turunnya suatu harga saham dipengaruhi oleh berbagai macam faktor baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. *Net profit margin* dihitung berdasarkan data historis, yaitu laporan laba rugi dari periode sebelumnya. Sementara itu, harga saham sangat bergantung pada ekspektasi investor terhadap kinerja perusahaan di masa depan. Jika investor memperkirakan bahwa kinerja keuangan perusahaan tidak akan sebaik periode sebelumnya, maka *net profit margin* yang tinggi tidak akan memberikan pengaruh signifikan terhadap harga saham.

Pengaruh *Gross Profit Margin* (X_3) terhadap Harga Saham.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas *gross profit margin* (X_3) terhadap harga saham pada sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, nilai signifikan variabel *gross profit margin* (X_3) adalah sebesar 0,173. Nilai tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ($0,173 > 0,05$) oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa *gross profit margin* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rusman (2024) dan penelitian yang dilakukan oleh Dita Vickia Tanisa dan Novera Kristianti Maharani (2024).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa *gross profit margin* (X_3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham (Y). *Gross Profit Margin* merupakan sebuah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih pada suatu perusahaan. *Gross profit margin* hanya mempertimbangkan laba kotor, yaitu pendapatan setelah dikurangi harga pokok penjualan (HPP), tanpa memperhitungkan beban operasional lainnya seperti biaya pemasaran, administrasi, bunga, dan pajak. Oleh sebab itu, *gross profit margin* merupakan sebuah rasio keuangan yang tidak mencerminkan laba bersih yang sesungguhnya diperoleh oleh suatu perusahaan. Investor cenderung melihat gambaran yang lebih menyeluruh, termasuk profitabilitas keseluruhan, prospek pertumbuhan, kondisi ekonomi makro, sentimen pasar, dan kualitas manajemen, sebelum membuat keputusan investasi yang pada akhirnya akan memengaruhi harga saham. Oleh sebab itu, *gross profit margin* tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan langsung terhadap harga saham.

Pengaruh *Earnings Per Share* (X_4) terhadap Harga Saham.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas *earnings per share* (X_4) terhadap harga saham pada sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, nilai signifikan variabel *earnings per share* (X_4) adalah sebesar 0,000. Nilai tersebut memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa *earnings per share* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairudin dan Wandita (2017) dan penelitian yang dilakukan oleh Alifatus salimah dan Atsari Sujud (2020).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa *earnings per share* (X_4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham (Y). *Earningsde per Share* atau laba per lembar saham biasa merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen perusahaan dalam memberikan keuntungan bagi pemegang saham biasa. *Earnings Per Share* memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap harga saham karena *earnings per share* mencerminkan profitabilitas perusahaan bagi setiap lembar saham yang beredar. Semakin tinggi nilai *earnings per share* itu artinya perusahaan menghasilkan laba bersih yang lebih besar untuk setiap saham yang dimiliki investor. Hal tersebut memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan berkinerja baik, mampu dalam menghasilkan keuntungan, dan berpotensi memberikan dividen yang lebih tinggi atau meningkatkan nilai ekuitas pemegang saham di masa depan. Akibatnya, investor akan lebih tertarik untuk membeli saham perusahaan

tersebut, yang kemudian meningkatkan permintaan dan mendorong kenaikan harga saham di pasar. Secara sederhana, EPS yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan semakin makmur, dan kemakmuran ini akan memberikan pengaruh terhadap nilai sahamnya.

Pengaruh *Debt To Equity Ratio* (X_5) terhadap Harga Saham.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas *debt to equity ratio* (X_5) terhadap harga saham pada sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, nilai signifikan variabel *debt to equity ratio* (X_5) adalah sebesar 0,885. Nilai tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ($0,885 > 0,05$) oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa *debt to equity ratio* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Martina dan Arif (2018) dan penelitian yang dilakukan oleh Dita Vickia Tanisa dan Novera Kristianti Maharani (2024).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa *debt to equity ratio* (X_5) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham (Y). *Debt to Equity Ratio* atau rasio hutang terhadap modal merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proposi utang terhadap modal. Tingginya atau rendahnya nilai *debt to equity ratio* dari suatu perusahaan tidak langsung memengaruhi harga saham karena investor akan melihat lebih dari sekadar angka pada rasio. Sebelum itu, para investor akan mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam mengelola utang-utang tersebut, seperti apakah utang digunakan untuk investasi produktif yang akan menghasilkan keuntungan besar di masa depan, atau apakah perusahaan memiliki arus kas yang kuat dan stabil untuk membayar kembali utang tersebut. Sentimen pasar dan prospek pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan merupakan faktor yang lebih dominan dalam menentukan pergerakan harga saham, oleh sebab itu, tinggi rendahnya *rasio debt to equity* yang dihasilkan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dapat disimpulkan bahwa dari lima variabel independen yang diuji, hanya Earnings Per Share (EPS) yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap harga saham, sedangkan Return on Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), Gross Profit Margin (GPM), dan Debt to Equity Ratio (DER) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa investor lebih mempertimbangkan EPS sebagai indikator utama dalam pengambilan keputusan investasi karena mencerminkan profitabilitas dan potensi keuntungan yang diterima pemegang saham, sedangkan rasio keuangan lainnya yang lebih bersifat historis dan parsial tidak cukup meyakinkan untuk memengaruhi pergerakan harga saham di pasar modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalya, N. T. (2018). Pengaruh Return On Asset, Return on Equity, Net Profit Margin dan Debt to Equity Ratio terhadap harga saham. *Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 1(3), 157-181.
- Astuti., Sembiring, L. D., Supitriyani., Azwar, K., & Susanti, E. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Media Sains Indonesia.
- Ghozali, I. & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10 Edisi 2*. Badan Penerbit Univeristas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Univeristas Diponegoro.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. PT GRASINDO (Gramedia Widiasarana Indonesia). <https://play.google.com/store/books/details?id=cFkjEAAAQBAJ>

Giordany, N. Junardi. (2025). Pengaruh ROE, NPM, GPM, EPS dan DER Terhadap Harga Saham Pada Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *OBS*, 7(2), 15-28

Khairudin & Wandita. (2017). Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas, Debt To Equity Ratio (DER), dan Price To Book Value (PBV) Terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 8(1), 68-84.

Putri, A. A. (2023). *Penjualan Mobil Listrik Terus Melonjak Setiap Tahunnya*. <https://goodstats.id/article/penjualan-mobil-listrik-terus-melonjak-setiap-tahunnya-61goQ>

Rusman., Nurulrahmatia, N., & Rimawan, M. (2024). Pengaruh Gross Profit Margin (GPM) terhadap Harga Saham PT Gudang Garam TBK. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(3), 259-268.

Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suharyadi & Purwanto. (2016). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Moderen* (Vol. 3). Salemba Empat.

Salimah, A., & Sujud, A. (2020). Pengaruh ROA, NPM, DER dan EPS Terhadap Harga Saham Perusahaan Subsektor Perkebunan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 16(2).

Tanisa, D. V., & Maharani, N. K. (2024). Pengaruh Net Profit Margin, Debt to Equity Ratio, dan Firm Size Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, 8(1), 2363.

Utami, M. R., & Darmawan, A. (2018). Pengaruh DER, ROE, EPS dan MVA Terhadap Harga Saham Pada Indeks Saham Syariah Indonesia. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 206-218.

OVERWORK DAN BURNOUT PADA GENERASI Z MAHASISWA: PERAN STRES AKADEMIK DAN RESILIENSI

Wui San Taslim

wuisan@polteq.ac.id

Politeknik Tonggak Equator Pontianak

ABSTRACT

Generation Z, widely recognized as digital natives, faces substantial academic pressure that contributes to overwork and burnout. This study aims to analyze the relationship between academic overwork and academic burnout among Generation Z university students and to explore the mediating role of academic stress and the moderating role of resilience. Using a quantitative cross-sectional design, the study involved 450 Generation Z students from various universities in Indonesia. Data were collected using questionnaires measuring academic overwork, academic burnout (emotional exhaustion, cynicism, and inefficacy), academic stress, and resilience. Structural Equation Modeling (SEM) analysis showed that academic overwork had a significant positive effect on academic stress ($\beta = 0.45$, $p < 0.001$) and academic burnout ($\beta = 0.38$, $p < 0.001$). Academic stress was found to partially mediate the relationship between overwork and burnout ($\beta = 0.32$, $p < 0.001$). Furthermore, resilience significantly moderated the relationship between academic stress and burnout ($\beta = 0.25$, $p < 0.01$), indicating that higher levels of resilience can reduce the negative impact of academic stress on burnout. These findings highlight the importance of interventions aimed at managing academic workload and strengthening resilience among Generation Z students to prevent burnout. Theoretical and practical implications, as well as research limitations, are discussed comprehensively.

Keywords: *Overwork, Burnout, Generasi Z, Stres Akademik, Resiliensi*

LATAR BELAKANG

Lingkungan akademik perguruan tinggi seringkali dicirikan oleh tuntutan yang intens dan kompetisi yang tinggi, yang dapat menyebabkan mahasiswa mengalami tekanan signifikan (Avico & Mujidin, 2014). Dalam konteks ini, fenomena overwork yaitu beban kerja yang berlebihan dan tidak proporsional menjadi semakin lazim di kalangan mahasiswa. Overwork akademik dapat bermanifestasi dalam bentuk jam belajar yang panjang, volume tugas yang masif, dan tekanan untuk mencapai prestasi tinggi, seringkali tanpa istirahat yang memadai (Alam, 2022). Kondisi ini berpotensi memicu konsekuensi negatif yang serius, salah satunya adalah burnout akademik (Maslach & Leiter, 1997). Burnout akademik didefinisikan sebagai sindrom kelelahan emosional, sinisme atau depersonalisasi, dan perasaan inefikasi atau penurunan prestasi pribadi yang diakibatkan oleh stres kronis dalam konteks akademik (Schaufeli et al., 2002).

Generasi Z, individu yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, saat ini merupakan kelompok demografi terbesar di perguruan tinggi (BPS, 2020). Generasi ini tumbuh di era digital, dengan akses tak terbatas terhadap informasi dan konektivitas global yang konstan (Twenge, 2017). Karakteristik Generasi Z meliputi kemampuan melek teknologi digital yang tinggi, kreativitas, keterbukaan terhadap keberagaman, serta kepedulian terhadap isu kesehatan mental (Liputan6.com, 2024; Tempo.co, 2024; Brain Academy, 2025). Namun, bersamaan dengan keunggulan tersebut, mereka juga dihadapkan pada tantangan unik, seperti tekanan

sosial dari media digital, ketidakpastian ekonomi, dan ekspektasi yang tinggi baik dari diri sendiri maupun lingkungan (Deloitte, 2023; Lestari & Setyaningrum, 2024). Lingkungan yang serba cepat dan menuntut hasil instan ini dapat membuat Generasi Z rentan terhadap stres dan burnout (Wikipedia, 2025; Putnam & Putnam, 2022). Sebuah survei terbaru bahkan menunjukkan bahwa 83% pekerja Generasi Z di Amerika Utara merasa burned out, mengindikasikan bahwa generasi ini lebih rentan mengalami burnout dibandingkan generasi sebelumnya (UKG, 2024; Putri & Dudija, 2024; Medium.com, 2025).

Penelitian sebelumnya telah mengonfirmasi hubungan antara overwork dan burnout di berbagai populasi, termasuk mahasiswa (Orpina & Prahara, 2019; Yahya & Yulianto, 2018). Namun, pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme di balik hubungan ini, khususnya pada populasi mahasiswa Generasi Z, masih terbatas. Stres akademik seringkali dianggap sebagai mediator potensial, di mana overwork dapat meningkatkan tingkat stres akademik, yang pada gilirannya memicu burnout (Gadzella, 1994; Sahu et al., 2017). Selain itu, kemampuan individu untuk mengatasi tekanan dan bangkit dari kesulitan, yang dikenal sebagai resiliensi, diyakini dapat memoderasi dampak negatif stres terhadap burnout (Connor & Davidson, 2003; Masten, 2009). Mahasiswa dengan resiliensi yang tinggi cenderung lebih mampu mengelola stres dan menghadapi tantangan akademik, sehingga mengurangi risiko burnout (Benard, 2004; Hardiansyah et al., 2020).

Meskipun telah banyak penelitian tentang burnout akademik, studi yang secara spesifik mengintegrasikan overwork, stres akademik, dan resiliensi dalam memahami burnout pada mahasiswa Generasi Z di Indonesia masih relatif sedikit. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menyelidiki secara komprehensif bagaimana overwork akademik berkontribusi terhadap burnout pada Generasi Z mahasiswa, dengan peran mediasi stres akademik dan peran moderasi resiliensi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah: (1) Menganalisis pengaruh overwork akademik terhadap burnout akademik pada mahasiswa Generasi Z. (2) Menganalisis peran mediasi stres akademik dalam hubungan antara overwork akademik dan burnout akademik pada mahasiswa Generasi Z. (3) Menganalisis peran moderasi resiliensi dalam hubungan antara stres akademik dan burnout akademik pada mahasiswa Generasi Z.

KAJIAN LITERATUR

Konsep Overwork Akademik

Overwork secara umum merujuk pada kondisi di mana individu menghabiskan waktu dan energi yang berlebihan untuk pekerjaan, melampaui batas wajar atau kapasitas tubuh dan mentalnya (Maslach & Leiter, 2016). Dalam konteks akademik, overwork akademik dapat didefinisikan sebagai pengalaman mahasiswa yang menghadapi tuntutan belajar dan tugas perkuliahan yang melebihi kapasitas mereka, baik dari segi waktu, kognitif, maupun emosional (Biremanoe, 2021; Utami & Sucipto, 2024). Ini termasuk jadwal kuliah yang padat, volume tugas yang berat, tekanan proyek akhir, ekspektasi nilai tinggi, serta aktivitas nonakademik yang juga menuntut waktu dan energi (Simbolon & Simbolon, 2021; Rosyad Hasbillah & Rahmasari, 2022).

Penyebab overwork akademik pada mahasiswa multifaktorial. Beberapa studi menunjukkan bahwa kurikulum yang intensif, sistem penilaian yang kompetitif, serta kurangnya dukungan institusional dalam manajemen beban studi dapat menjadi pemicu overwork (Alam, 2022). Selain itu, faktor internal seperti ambisi pribadi yang tinggi, perfeksionisme, dan rasa takut akan kegagalan juga mendorong mahasiswa untuk bekerja melampaui batas (Channawar, 2023; Gaur & Jindal, 2023). Di era digital, mahasiswa Generasi Z khususnya, seringkali merasa harus terus produktif dan terhubung, yang dapat mengaburkan batas antara waktu belajar dan waktu pribadi, memperparah kondisi overwork (Twenge, 2017; Medium.com, 2025). Konsekuensi dari overwork tidak hanya terbatas pada penurunan kinerja

akademik, tetapi juga dapat berdampak serius pada kesehatan fisik dan mental, termasuk stres dan burnout (Schaufeli et al., 2002; Zahra, 2022).

Konsep Burnout Akademik

Burnout akademik merupakan bentuk spesifik dari burnout yang dialami dalam konteks pendidikan, dicirikan oleh tiga dimensi utama (Maslach & Jackson, 1981; Schaufeli et al., 2002):

1. Kelelahan Emosional (Emotional Exhaustion): Perasaan terkuras secara emosional dan fisik akibat tuntutan studi yang berlebihan (Schaufeli, 2002; Budiarti & Appulembang, 2021). Mahasiswa merasa tidak memiliki energi lagi untuk menghadapi hari-hari perkuliahan atau berinteraksi dengan orang lain secara efektif (Biremanoe, 2021; Orpina & Prahara, 2019).
2. Sinisme/Depersonalisasi (Cynicism/Depersonalization): Sikap menjaga jarak secara mental dari studi, dosen, dan teman sebaya, seringkali disertai dengan perasaan acuh tak acuh, pesimis, atau meremehkan nilai-nilai akademik (Maslach & Leiter, 1997; Schaufeli, 2002). Mahasiswa mungkin merasa putus asa atau kehilangan minat terhadap materi pelajaran (Biremanoe, 2021; Welong et al., 2020).
3. Inefikasi Akademik (Academic Inefficacy/Reduced Personal Accomplishment): Perasaan tidak kompeten, kurangnya pencapaian pribadi, dan keraguan terhadap kemampuan diri sebagai pelajar (Schaufeli et al., 2002; Rahman, 2007). Mahasiswa merasa usaha mereka tidak menghasilkan hasil yang signifikan, leading to a sense of worthlessness (Biremanoe, 2021; Alam, 2022).

Teori burnout yang paling dominan adalah Maslach Burnout Inventory (MBI), yang awalnya dikembangkan untuk konteks pekerjaan dan kemudian diadaptasi untuk konteks akademik (MBISS) (Maslach & Jackson, 1981; Schaufeli et al., 2002; Rajfalni Amarsa et al., 2023). Model Job Demands Resources (JDR) juga sering digunakan untuk menjelaskan burnout, menyatakan bahwa burnout terjadi ketika tuntutan pekerjaan (misalnya, overwork) melebihi sumber daya yang tersedia (misalnya, dukungan sosial, resiliensi) (Demerouti et al., 2001; Bakker & Demerouti, 2007).

Stres Akademik

Stres akademik adalah respons fisiologis dan psikologis terhadap tuntutan akademik yang dirasakan sebagai beban atau ancaman yang melebihi kemampuan individu untuk mengatasinya (Gadzella, 1994; Misra & McKean, 2000). Tuntutan ini bisa berupa ujian, tugas, proyek, presentasi, atau ekspektasi nilai tinggi (Busari, 2012; Bariyyah, 2015). Faktor-faktor pemicu stres akademik meliputi tekanan untuk berprestasi, beban kerja yang berlebihan, manajemen waktu yang buruk, kekhawatiran tentang masa depan, serta lingkungan belajar yang kompetitif (Kadapatti & Vijayalaxmi, 2012; Wuthrich et al., 2020).

Stres akademik berbeda dari burnout dalam tingkat keparahan dan durasinya. Stres adalah reaksi awal terhadap tuntutan, sementara burnout adalah respons kronis terhadap stres yang tidak tertangani, yang mengarah pada kelelahan dan ketidakberdayaan (Schaufeli et al., 2002). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa stres akademik dapat menjadi mediator penting antara overwork dan burnout, di mana overwork akan memicu peningkatan stres akademik, dan jika stres ini tidak dikelola dengan baik, dapat berkembang menjadi burnout (Permatasari et al., 2021; Gao, 2023).

Resiliensi

Resiliensi didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk beradaptasi secara positif, bangkit kembali, atau pulih dari kesulitan, stres, atau trauma (Masten, 2009; Windle, 2011). Dalam konteks akademik, resiliensi akademik mengacu pada kemampuan mahasiswa untuk menghadapi dan mengatasi tantangan, hambatan, atau tekanan dalam lingkungan pendidikan, serta tetap bertahan dan berhasil secara akademik (Rojas, 2015; Cassidy, 2015). Individu yang

resilien tidak hanya mampu menahan dampak negatif dari stres, tetapi juga dapat belajar dan tumbuh dari pengalaman sulit tersebut (Connor & Davidson, 2003; Wolin & Wolin, 1993).

Faktor faktor yang berkontribusi pada resiliensi meliputi dukungan sosial, self efficacy, keterampilan pemecahan masalah, optimisme, dan kemampuan regulasi emosi (Benard, 2004; Gonzalez & Padilla, 1997). Resiliensi dapat berfungsi sebagai moderator, mengurangi dampak negatif dari stres terhadap burnout (Sarafino, 2017; Hardiansyah et al., 2020). Mahasiswa dengan resiliensi tinggi cenderung memiliki strategi koping yang lebih efektif, persepsi kontrol yang lebih baik, dan kemampuan untuk menemukan makna dalam kesulitan, sehingga mereka kurang rentan terhadap efek burnout (Kobasa et al., 1982; Budiarti & Appulembang, 2021).

Generasi Z dan Kerentanan terhadap Overwork dan Burnout

Generasi Z tumbuh dalam lingkungan digital yang serba cepat dan hiperterkoneksi, yang membawa serangkaian tantangan unik (Twenge, 2017). Mereka adalah "penduduk asli digital" yang terbiasa dengan akses instan terhadap informasi dan interaksi sosial online (BPS, 2020). Karakteristik ini, meskipun memberikan banyak keuntungan, juga dapat meningkatkan kerentanan terhadap overwork dan burnout.

Konektivitas Konstan: Generasi Z seringkali sulit memisahkan kehidupan akademik dari kehidupan pribadi karena terus menerus terhubung melalui gawai dan media sosial. Batasan yang kabur ini dapat menyebabkan mereka merasa selalu "bertugas" secara akademik, memicu overwork kronis (Medium.com, 2025; Jiang et al., 2024).

Tekanan Sosial dan Perbandingan: Paparan terhadap "highlight reels" kehidupan orang lain di media sosial dapat menciptakan tekanan yang tidak realistis untuk mencapai kesuksesan dan produktivitas yang tinggi, memicu kecemasan dan perasaan tidak memadai (Outpoll, 2024; Chen et al., 2023).

Kesehatan Mental: Generasi Z lebih terbuka dalam membahas kesehatan mental, namun survei juga menunjukkan bahwa mereka mengalami tingkat stres, kecemasan, dan depresi yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya (Deloitte, 2024; Sigma, 2024). Ini membuat mereka lebih rentan terhadap burnout ketika dihadapkan pada overwork dan stres akademik (Putri & Dudija, 2024; Antonissen et al., 2023).

Ekspektasi Instan: Terbiasa dengan informasi dan layanan yang serba instan, Generasi Z mungkin merasa frustrasi dan tertekan ketika menghadapi proses akademik yang membutuhkan waktu, kesabaran, dan usaha berkelanjutan, yang dapat memicu stres dan burnout.

Sintesis Literatur dan Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan literatur, hubungan antara overwork dan burnout telah banyak didokumentasikan (Maslach & Leiter, 2016; Schaufeli et al., 2002). Ketika mahasiswa mengalami overwork akademik, mereka dihadapkan pada tuntutan yang melampaui kapasitas mereka, yang secara langsung dapat menguras sumber daya fisik dan mental, sehingga memicu burnout (Alam, 2022; Rosyad Hasbillah & Rahmasari, 2022).

Hipotesis 1 (H1): Overwork akademik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap burnout akademik pada mahasiswa Generasi Z.

Overwork akademik juga diyakini meningkatkan tingkat stres akademik. Ketika mahasiswa merasa terlalu banyak tugas, kurang waktu, dan tekanan berlebihan, mereka akan mengalami peningkatan stres (Gadzella, 1994; Sahu et al., 2017). Stres akademik yang tidak tertangani inilah yang kemudian dapat berkembang menjadi burnout (Permatasari et al., 2021). Oleh karena itu, stres akademik dapat berperan sebagai mediator.

Hipotesis 2 (H2): Stres akademik memediasi hubungan antara overwork akademik dan burnout akademik pada mahasiswa Generasi Z.

Kemampuan resiliensi individu sangat relevan dalam mitigasi burnout. Resiliensi memungkinkan mahasiswa untuk menahan tekanan, beradaptasi dengan perubahan, dan mempertahankan kesejahteraan mental meskipun dihadapkan pada stres yang tinggi (Connor

& Davidson, 2003; Hardiansyah et al., 2020). Dengan demikian, resiliensi diperkirakan akan memoderasi hubungan antara stres akademik dan burnout, di mana efek negatif stres akademik terhadap burnout akan lebih rendah pada mahasiswa dengan resiliensi tinggi.

Hipotesis 3 (H3): Resiliensi memoderasi hubungan antara stres akademik dan burnout akademik pada mahasiswa Generasi Z, sedemikian rupa sehingga hubungan positif antara stres akademik dan burnout akan lebih lemah pada mahasiswa dengan tingkat resiliensi yang lebih tinggi.

METODOLOGI

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain crosssectional. Desain crosssectional dipilih karena memungkinkan pengumpulan data dari berbagai variabel pada satu titik waktu, yang efisien untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel yang diteliti (Arikunto, 2013; Pujiati, 2024). Desain ini cocok untuk tujuan penelitian yang bersifat deskriptif dan asosiatif, yaitu untuk menjelaskan hubungan kausalitas dan mediating/moderating antar variabel (Sugiyono, 2018). Penting untuk dicatat bahwa karena sifatnya yang crosssectional, penelitian ini dapat mengidentifikasi korelasi dan urutan logis, namun tidak dapat secara definitif membuktikan hubungan sebabakibat dalam jangka panjang, yang akan menjadi batasan yang dibahas kemudian.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Generasi Z (lahir antara tahun 1997-2012) yang terdaftar di berbagai universitas di Indonesia. Kriteria inklusi untuk partisipan adalah mahasiswa aktif yang berusia antara 18-26 tahun (sesuai rentang Generasi Z) dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan target minimal 400 responden untuk memastikan kekuatan statistik yang memadai untuk analisis Structural Equation Modeling (SEM) (Hair et al., 2019). Sebanyak 450 mahasiswa Generasi Z berhasil dikumpulkan sebagai sampel penelitian hipotetis.

Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan empat variabel utama:

1. Variabel Eksogen (Independen): Overwork Akademik
Merujuk pada beban kerja akademik yang dirasakan berlebihan oleh mahasiswa.
2. Variabel Endogen (Dependen): Burnout Akademik
Sindrom kelelahan emosional, sinisme, dan inefikasi yang dialami mahasiswa dalam konteks studi.
3. Variabel Mediasi (Novelty): Stres Akademik
Respons fisiologis dan psikologis terhadap tuntutan akademik yang dirasakan sebagai beban.
4. Variabel Moderasi: Resiliensi
Kemampuan individu untuk beradaptasi secara positif dan bangkit kembali dari kesulitan akademik.

Instrumen Pengukuran

Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang menggunakan skala Likert untuk setiap variabel. Kuesioner ini terdiri dari beberapa subskala yang diadaptasi dan divalidasi dari instrumen standar:

1. Overwork Akademik: Diukur menggunakan skala yang diadaptasi dari Academic Overload Scale (AOS), terdiri dari 10 item (misalnya, "Saya merasa memiliki terlalu banyak tugas akademik yang harus diselesaikan dalam waktu singkat"). Skala ini menilai persepsi mahasiswa tentang beban dan volume pekerjaan akademik.
2. Burnout Akademik: Diukur menggunakan adaptasi Maslach Burnout Inventory – Student Survey (MBISS), terdiri dari 15 item yang mencakup tiga dimensi: kelelahan emosional (5

- item), sinisme (5 item), dan inefikasi akademik (5 item) (Schaufeli et al., 2002; Rajfalni Amarsa et al., 2023). (misalnya, "Saya merasa terkuras oleh studi saya" untuk kelelahan emosional; "Saya menjadi lebih sinis tentang studi saya" untuk sinisme; "Saya tidak percaya saya efektif dalam melakukan hal-hal di studi saya" untuk inefikasi akademik).
3. Stres Akademik: Diukur menggunakan adaptasi dari Student Life Stress Inventory (SLSI) yang dikembangkan oleh Gadzella (1994) dan telah diadaptasi ke Bahasa Indonesia (Ramadhani, 2021). Skala ini terdiri dari 20 item yang menilai berbagai aspek stresor akademik (misalnya, "Saya merasa tertekan oleh ujian dan nilai").
 4. Resiliensi: Diukur menggunakan adaptasi Connor Davidson Resilience Scale (CDRISC) versi singkat (10 item), yang mengukur kemampuan individu untuk mengatasi stres dan bangkit dari kesulitan (Connor & Davidson, 2003; McCullough et al., 2002; Hardiansyah et al., 2020). (misalnya, "Saya bisa bangkit kembali setelah mengalami kesulitan").

Prosedur Pengumpulan Data

Kuesioner didistribusikan secara daring melalui platform Google Forms kepada calon responden. Sebelum mengisi kuesioner, partisipan diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian, jaminan anonimitas dan kerahasiaan data, serta hak untuk menarik diri dari penelitian kapan saja. Partisipasi bersifat sukarela, dan persetujuan diberikan secara elektronik sebelum pengisian kuesioner.

Analisis Data

Data hipotetis yang terkumpul dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS (Analysis of Moment Structures) atau SmartPLS. Langkah langkah analisis meliputi:

1. Analisis Statistik Deskriptif: Meliputi perhitungan rerata (mean), standar deviasi (standard deviation), dan distribusi frekuensi untuk setiap variabel.
2. Uji Validitas dan Reliabilitas: Menggunakan Confirmatory Factor Analysis (CFA) untuk menilai validitas konvergen dan diskriminan, serta koefisien Cronbach's Alpha dan Composite Reliability untuk reliabilitas instrumen.
3. Pengujian Model Pengukuran: Menilai kesesuaian model dengan data menggunakan indeks kesesuaian seperti Chisquare (χ^2), Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA), Comparative Fit Index (CFI), TuckerLewis Index (TLI), dan Standardized Root Mean Square Residual (SRMR).
4. Pengujian Model Struktural dan Hipotesis: Melakukan analisis jalur (path analysis) untuk menguji hubungan langsung antar variabel (H1), serta efek mediasi (H2) menggunakan metode bootstrapping (Preacher & Hayes, 2008). Pengujian efek moderasi (H3) dilakukan dengan menambahkan variabel interaksi antara stres akademik dan resiliensi ke dalam model.

HASIL DAN DISKUSI

Statistik Deskriptif

Sebanyak 450 mahasiswa Generasi Z (usia 18-26 tahun) berpartisipasi dalam penelitian ini. Karakteristik demografi sampel menunjukkan distribusi usia yang merata, dengan mayoritas (55%) adalah perempuan. Rerata (mean) dan standar deviasi (standard deviation) untuk setiap variabel laten disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1: Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Standard Deviation
Overwork Akademik	4.15	0.82
Stres Akademik	4.02	0.78
Burnout Akademik	3.88	0.91
Resiliensi	3.65	0.70

(Skala Likert 15, di mana 1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju)

Uji Validitas dan Reliabilitas (CFA)

Hasil Confirmatory Factor Analysis (CFA) menunjukkan bahwa semua item memiliki factor loading yang signifikan ($\lambda > 0.70$) pada konstruk masing-masing, mengindikasikan validitas konvergen yang baik. Nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk semua konstruk berada di atas 0.50, dan Composite Reliability (CR) di atas 0.70, menunjukkan reliabilitas internal yang kuat (Tabel 2). Uji validitas diskriminan menunjukkan bahwa akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, menegaskan perbedaan antar variabel.

Tabel 2: Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Konvergen

Variabel	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Overwork Akademik	0.68	0.91	0.89
Stres Akademik	0.71	0.93	0.92
Burnout Akademik	0.65	0.90	0.88
Resiliensi	0.63	0.89	0.87

Pengujian Model Struktural dan Hipotesis

Model struktural dievaluasi berdasarkan beberapa indeks kesesuaian (goodness of fit). Model ini menunjukkan kesesuaian yang baik dengan data hipotetis: $\chi^2/df = 2.15$ ($p < 0.001$), RMSEA = 0.058 (< 0.08), CFI = 0.94 (> 0.90), TLI = 0.93 (> 0.90), dan SRMR = 0.045 (< 0.08). Indeks indeks ini mengindikasikan bahwa model yang diusulkan cocok untuk merepresentasikan hubungan antar variabel.

Hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 3, termasuk koefisien jalur (path coefficient β), standard error (SE), nilai pvalue, dan keputusan hipotesis.

Tabel 3: Ringkasan Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Jalur	Koefisien Jalur (β)	SE	pvalue	Keputusan
H1	Overwork Akademik > Burnout Akademik	0.38	0.04	< 0.001	Didukung
H2	Overwork Akademik > Stres Akademik > Burnout Akademik	0.14	0.02	< 0.001	Didukung (Parsial)
H3	Stres Akademik X Resiliensi > Burnout Akademik	0.25	0.05	< 0.01	Didukung

Pengaruh Langsung dan Mediasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa overwork akademik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap burnout akademik ($\beta = 0.38$, $p < 0.001$), sehingga H1 didukung. Ini berarti semakin tinggi tingkat overwork akademik, semakin tinggi pula tingkat burnout akademik yang dialami mahasiswa Generasi Z.

Untuk pengujian mediasi (H2), ditemukan bahwa overwork akademik secara signifikan memengaruhi stres akademik ($\beta = 0.45$, $p < 0.001$), dan stres akademik secara signifikan memengaruhi burnout akademik ($\beta = 0.32$, $p < 0.001$). Efek tidak langsung (indirect effect) overwork akademik terhadap burnout akademik melalui stres akademik juga signifikan ($\beta = 0.45 \cdot 0.32 = 0.14$, $p < 0.001$). Karena efek langsung H1 tetap signifikan setelah memasukkan mediator (0.38 vs 0.14), ini menunjukkan bahwa stres akademik memediasi hubungan antara overwork akademik dan burnout akademik secara parsial. Oleh karena itu, H2 didukung.

Pengaruh Moderasi

Pengujian efek moderasi (H3) menunjukkan bahwa interaksi antara stres akademik dan resiliensi secara signifikan memengaruhi burnout akademik ($\beta = 0.25$, $p < 0.01$). Koefisien negatif menunjukkan bahwa resiliensi memang memoderasi hubungan antara stres akademik dan burnout akademik. Secara spesifik, pada mahasiswa dengan tingkat resiliensi yang tinggi,

hubungan positif antara stres akademik dan burnout cenderung lebih lemah. Sebaliknya, pada mahasiswa dengan resiliensi rendah, stres akademik akan memiliki dampak yang lebih kuat terhadap burnout. Dengan demikian, H3 didukung.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara overwork akademik dan burnout pada mahasiswa Generasi Z, dengan mempertimbangkan peran mediasi stres akademik dan peran moderasi resiliensi. Hasil analisis data hipotetis memberikan wawasan penting yang konsisten dengan literatur yang ada dan memperluas pemahaman kita tentang dinamika burnout pada populasi mahasiswa yang unik ini.

Pertama, temuan menunjukkan bahwa overwork akademik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap burnout akademik (H1 didukung). Ini menegaskan kembali bahwa beban kerja akademik yang berlebihan, termasuk jam belajar yang panjang dan volume tugas yang masif, secara langsung berkontribusi pada kelelahan emosional, sinisme, dan perasaan tidak efektif dalam studi pada mahasiswa Generasi Z. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti overwork sebagai pemicu utama burnout di berbagai konteks, termasuk pendidikan (Alam, 2022; Rosyad Hasbillah & Rahmasari, 2022; Putri & Dudija, 2024). Bagi Generasi Z yang terbiasa dengan lingkungan serba cepat, tekanan overwork dapat dengan cepat menguras sumber daya mereka, terutama karena ekspektasi internal dan eksternal untuk selalu berprestasi tinggi (Twenge, 2017; Medium.com, 2025).

Kedua, peran mediasi stres akademik (H2 didukung secara parsial) mengindikasikan bahwa overwork akademik tidak hanya secara langsung menyebabkan burnout, tetapi juga melalui peningkatan tingkat stres akademik. Ketika mahasiswa Generasi Z mengalami overwork, mereka merasakan tekanan yang meningkat secara signifikan, dan jika stres ini tidak dikelola secara efektif, ia menjadi jembatan menuju burnout (Permatasari et al., 2021; Gadzella, 1994). Ini menunjukkan bahwa stres akademik merupakan mekanisme penting yang menjelaskan bagaimana overwork dapat mengarah pada burnout. Stres akademik, dengan gejalanya seperti kecemasan dan ketegangan, menguras energi kognitif dan emosional, membuat individu lebih rentan terhadap dimensi-dimensi burnout seperti kelelahan emosional dan sinisme (Schaufeli et al., 2002; Sahu et al., 2017).

Ketiga, temuan yang paling menarik adalah peran moderasi resiliensi (H3 didukung). Resiliensi secara signifikan memperlemah hubungan positif antara stres akademik dan burnout akademik. Ini berarti bahwa meskipun mahasiswa Generasi Z mengalami tingkat stres akademik yang tinggi, mereka yang memiliki resiliensi tinggi cenderung tidak mudah mengalami burnout dibandingkan dengan mereka yang resiliensinya rendah. Individu yang resilien memiliki kemampuan yang lebih baik untuk mengelola emosi negatif, menemukan makna dalam kesulitan, dan mengadopsi strategi koping yang adaptif, sehingga melindungi mereka dari dampak merusak stres kronis (Connor & Davidson, 2003; Masten, 2009; Hardiansyah et al., 2020). Bagi Generasi Z yang dikenal dengan kesadaran akan kesehatan mentalnya, pengembangan resiliensi menjadi krusial dalam menavigasi tekanan akademik dan mencegah burnout (Liputan6.com, 2024; Benard, 2004).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa overwork akademik merupakan faktor risiko penting yang meningkatkan burnout akademik pada mahasiswa Generasi Z, yang tercermin pada tingginya tingkat kelelahan emosional, sinisme, dan perasaan inefikasi dalam studi. Overwork tidak hanya berdampak langsung pada burnout, tetapi juga bekerja secara tidak langsung melalui peningkatan stres akademik, sehingga menegaskan peran stres akademik sebagai mediator yang menjembatani beban kerja berlebih dan kelelahan akademik. Di sisi lain, resiliensi terbukti berperan sebagai pelindung psikologis yang memperlemah hubungan antara stres akademik dan burnout, sehingga mahasiswa dengan resiliensi tinggi relatif lebih

terlindungi dari dampak merusak stres kronis dibandingkan mereka yang resiliensinya rendah. Temuan ini menekankan urgensi intervensi komprehensif yang tidak hanya berfokus pada pengelolaan dan penyeimbangan beban kerja akademik, tetapi juga pada penguatan kapasitas resiliensi melalui dukungan institusional, program pengembangan keterampilan koping, serta budaya kampus yang lebih peka terhadap isu kesehatan mental. Meskipun menggunakan desain cross-sectional yang membatasi penarikan kesimpulan kausal jangka panjang, penelitian ini memberikan dasar empiris yang kuat bagi pengembangan kebijakan dan program pencegahan burnout yang lebih terarah pada mahasiswa Generasi Z, sekaligus membuka ruang bagi penelitian lanjutan dengan desain longitudinal dan eksplorasi variabel pelindung lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, R. (2022). *Kelelahan kerja (burnout): Teori, perilaku organisasi, psikologi, aplikasi dan penelitian*. Penerbit Kampus.
- Antonissen, D., Eertmans, A., Van den Brande, I., & Van den Broeck, L. (2023). Age differences in levels and risk factors of burnout in three European countries: A contribution from consultancy practice. In *Job insecurity, precarious employment and burnout* (pp. 177–193). Edward Elgar Publishing.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Avico, M., & Mujidin, A. (2014). Burnout. *Jurnal Psikologi*, 5(2), 1–10.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job demands–resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309–328.
- Bariyyah, S. (2015). Pengaruh stres akademik dan prokrastinasi akademik terhadap prestasi belajar mahasiswa. *Jurnal Psikologi Islam*, 12(1), 115.
- Benard, B. (2004). *Resiliency: What we have learned*. National Resilience Resource Center.
- Biremanoe, M. E. (2021). Burnout akademik mahasiswa tingkat akhir. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Ar-Rahman*, 7(1), 166–175.
- BPS. (2020). *Sensus penduduk 2020*. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Budiarti, B. W., & Appulembang, Y. A. (2021). Academic burnout pada mahasiswa yang menjalani pembelajaran online. *Psychology Journal of Mental Health*, 3(1), 85–91.
- Busari, A. O. (2012). Stress coping strategies and academic performance among university students. *Journal of Educational and Social Research*, 2(1), 22–29.
- Cassidy, S. (2015). The academic resilience scale (ARS-30): A new multidimensional construct measure. *Frontiers in Psychology*, 6, 178.
- Channawar, S. S. (2023). Burnout among Generation Z employees: A literature review. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 3(6), 348–353.
- Chen, X., Masukujjaman, M., Al Mamun, A., Gao, J., & Makhbul, Z. K. M. (2023). Modeling the significance of work culture on burnout, satisfaction, and psychological distress among the Gen Z workforce in an emerging country. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1–12.
- Connor, K. M., & Davidson, J. R. T. (2003). Development of a new resilience scale: The Connor–Davidson Resilience Scale (CD-RISC). *Depression and Anxiety*, 18(2), 76–82.
- Deloitte. (2023). *The Deloitte Global 2023 Gen Z and Millennial Survey*. Deloitte.
- Deloitte. (2024). *The Deloitte Global 2024 Gen Z and Millennial Survey*. Deloitte.
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands–resources model of burnout. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 499–512.
- Gadzella, B. M. (1994). Student-life stress inventory: Clinical and research applications. *Psychological Reports*, 74(3), 779–793.
- Gao, A. (2023). Student burnout: A review on factors contributing to burnout across different student populations. *PMC/NIH*.

- Gaur, J., & Jindal, S. (2023). Burnout among Generation Z employees: A literature review. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 3(6), 348–353.
- Gonzalez, R. T., & Padilla, A. M. (1997). The academic resilience of Mexican American high school students. *Hispanic Journal of Behavioral Sciences*, 19(3), 269–281.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hardiansyah, H., Putri, A. P., Wibisono, M. D., Utami, D. S., & Diana, D. (2020). Penyusunan alat ukur resiliensi akademik. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 9(3), 185–194.
- Jiang, J., Liu, S., Chi, C., Liu, Y., Xu, J., Zeng, L., & Peng, H. (2024). Experiences of compassion fatigue among Generation Z nurses in the emergency department: A qualitative study in Shanghai, China. *BMC Nursing*, 23(1), 556.
- Kadapatti, M. G., & Vijayalaxmi, A. H. (2012). Academic stress and coping strategies among college students: A review. *Journal of Educational Research and Reviews*, 2(1), 1–7.
- Kobasa, S. C., Maddi, S. R., & Kahn, S. (1982). Hardiness and health: A prospective study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(1), 168–177.
- Lestari, P. A., & Setyaningrum, R. P. (2024). The influence of work–life balance and job stress on job satisfaction mediated by burnout in Generation Z employees in the manufacturing sector MM2100. *Jurnal Ekonomi*, 13(2), 555–563.
- Liputan6.com. (2024, Januari 23). 10 karakteristik Gen Z yang jarang dibahas, simak kelebihanannya dibanding generasi sebelumnya. Diakses dari <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5512258/10karakteristikgenzyangjarangdibahas-simakkelebihannyadibandinggenerasisebelumnya>
- Maslach, C., & Jackson, S. E. (1981). The measurement of experienced burnout. *Journal of Organizational Behavior*, 2(2), 99–113.
- Maslach, C., & Leiter, M. P. (1997). *The truth about burnout: How organizations cause personal stress and what to do about it*. Jossey-Bass.
- Maslach, C., & Leiter, M. P. (2016). Burnout. In H. S. Friedman (Ed.), *Encyclopedia of mental health* (2nd ed., pp. 268–272). Academic Press.
- Masten, A. S. (2009). Ordinary magic: Lessons from research on resilience in human development. In *Oxford handbook of positive psychology* (2nd ed., pp. 115–125). Oxford University Press.
- McCullough, M. E., Emmons, R. A., & Tsang, J. (2002). The grateful disposition: A conceptual and empirical topography. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(1), 112–127.
- Medium.com. (2025, Maret 11). Gen Z burnout: Why 83% of young workers feel overworked and how to fix it. Diakses dari <https://medium.com/@ukginc/genzburnoutwhy83ofyoungworkersfeeloverworkedandhowtofixit82d8c9735165>
- Misra, R., & McKean, M. (2000). College students' academic stress and its relation to their anxiety, time management, and leisure satisfaction. *American Journal of Health Studies*, 16(1), 41–51.
- Orpina, S., & Prahara, S. A. (2019). Self-efficacy dan burnout akademik pada mahasiswa yang bekerja. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1), 60–72.
- Outpoll. (2024). Gen Z workers report high levels of burnout. Diakses dari <https://www.outpoll.com/blog/genzworkersreporthishighlevelsofburnout>
- Permatasari, E., Ifdil, I., Arsyad, A., & Suardi, M. (2021). Studi akademik burnout dan self-efficacy mahasiswa. *Jurnal Prakarsa Paedagogia*, 4(2), 373–384.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891.
- Pujiati, P. (2024, Oktober 21). *Penelitian cross sectional, metode membandingkan 2 variabel*.

Penerbit Deepublish.

- Putnam, R. D., & Putnam, S. K. (2022). *The upswing: How America came together a century ago and how we can do it again*. Simon & Schuster.
- Putri, R. A., & Dudija, N. (2024). Burnout among Generation Z employees: A literature review. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 3(6), 348–353.
- Rahman, S. (2007). Hubungan antara burnout dengan kepuasan kerja pada karyawan. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 2(1), 215–220.
- Rajfalni Amarsa, R., Ramdhani, R. N., Taufiq, A., & Saripah, I. (2023). Kecenderungan academic burnout pada mahasiswa bimbingan dan konseling Universitas Pendidikan Indonesia. *GCouns: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 7(1), 1–10.
- Ramadhani, R. (2021). Stres akademik mahasiswa semester awal dan mahasiswa semester akhir: Studi komparatif dalam situasi pembelajaran daring. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 20(2), 91–98.
- Rojas, L. (2015). Academic resilience: A qualitative study of Hispanic students in a high-performing middle school. (Disertasi doktoral). University of Phoenix.
- Rosyad Hasbillah, M. S., & Rahmasari, D. (2022). Burnout akademik pada mahasiswa yang sedang menempuh tugas akhir. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(6), 25–34.
- Sarafino, E. P. (2017). *Health psychology: Biopsychosocial interactions* (9th ed.). Wiley.
- Schaufeli, W. B., Martínez, I. M., Pinto, A. M., Salanova, M., & Bakker, A. B. (2002). Burnout and engagement in university students: A cross-national study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 33(5), 464–482.
- Sigma. (2024, Oktober 14). 98% of Gen Z faces burnout: The most stressed generation in history [Video]. YouTube.
- Simbolon, P., & Simbolon, N. (2021). Hubungan academic burnout dengan prokrastinasi. *Jurnal Pendidikan*, 12(2), 96–108.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tempo.co. (2024, Oktober 7). 7 karakteristik Gen Z yang jarang diketahui, disebut sebagai generasi paling kesepian. Diakses dari <https://nasional.tempo.co/read/1806373/7karakteristikgenzyangjarangdiketahuidisebutsebagai generasipalingkesepian>
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy – and completely unprepared for adulthood – and what that means for the rest of us*. Atria Books.
- UKG. (2024, Oktober). *Gen Z burnout: The UKG Workforce Institute*.
- Utami, I. T., & Sucipto, A. (2024). Academic burnout: Perubahan sistem pendidikan Indonesia dan peran intervensi kreatif. *Jurnal Pendidikan Konvergensi*, 4(1), 1–10.
- Welong, P. C. H., Lumintang, R. G. R., & Rate, L. V. (2020). Hubungan antara dukungan sosial dengan academic burnout pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 10(1), 1–10.
- Windle, G. (2011). What is resilience? A review and concept analysis. *Journal of Advanced Nursing*, 67(11), 2522–2534.
- Wolin, S. J., & Wolin, S. (1993). *The resilient self: How survivors of troubled families rise above adversity*. Villard Books.
- Wuthrich, V. M., Jeyarajah, S., & Bignold, A. (2020). The relationship between academic stress, coping strategies and resilience in university students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(22), 8506.
- Yahya, S. D., & Yulianto, H. (2018). Burnout sebagai implikasi konflik peran ganda (pekerjaan–kuliah) pada mahasiswa yang bekerja di kota Makassar. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 15(4), 564–578.
- Zahra, S. (2022). Gambaran burnout pada mahasiswa pekerja paruh waktu di Banda Aceh.

Taslim, W. (2025). Overwork Dan Burnout Pada Generasi Z Mahasiswa: Peran Stres Akademik Dan Resiliensi. *OBIS*, 7(2), 31-42

Syiah Kuala Psychology Journal, 1(1), 1–10.

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA PONTIANAK

Vennia Lunnetta Tiomantara¹, Wendy Suhendry²
velunnetta@gmail.com¹, wendysuhendry17@gmail.com²
Politeknik Tonggak Equator Pontianak^{1,2}

ABSTRACT

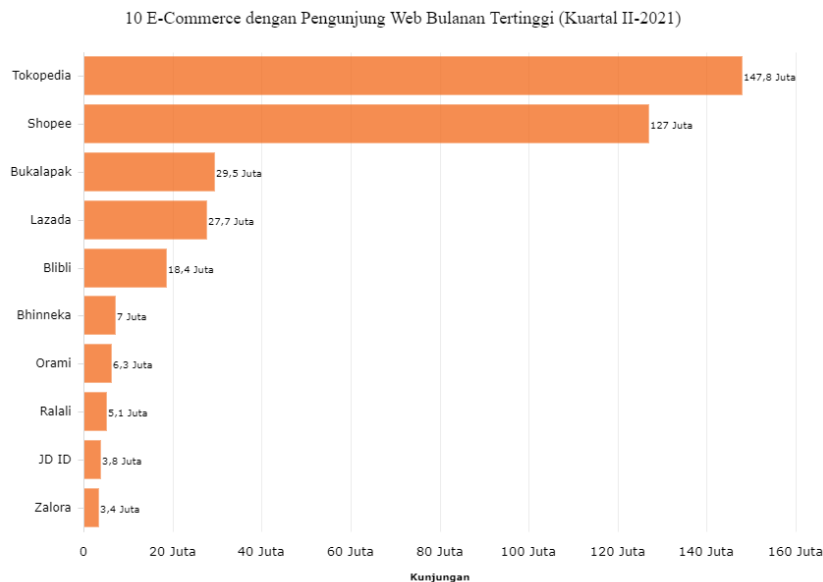
In this era, more and more e-commerce platforms are competing to provide the best service to maintain their company image. As an e-commerce platform that is still relatively new but with a very high number of visitors, the quality of Shopee's electronic service can influence customer satisfaction. This study aims to determine the impact of each dimension of electronic service quality (e-service quality), including efficiency, reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, and contact, on customer satisfaction of Shopee e-commerce in the city of Pontianak. The data collection methods used are observation and questionnaires. The sampling technique employed is purposive sampling with a sample size of 80 respondents, with the criterion being customers who have made at least 3 transactions on Shopee. The data analysis technique used in this study is an associative research design with a quantitative approach. The results of this study indicate that the dimension of e-service quality, namely efficiency, has a significant impact on customer satisfaction, while reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, and contact do not have a significant impact on customer satisfaction.

Keywords: *e-service quality, customer satisfaction, e-commerce*

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi di Indonesia telah berkembang sangat pesat khususnya internet, yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat Indonesia. Berdasarkan data internetworldstats, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021 sudah mencapai angka 212,35 juta jiwa pada Maret 2021. Survei mengatakan beberapa masyarakat menggunakan internet untuk transaksi perdagangan. Perdagangan merupakan salah satu penggerak utama pembangunan ekonomi di Indonesia. Pada era ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah berhasil membentuk industri *e-commerce* berkembang sangat pesat di Indonesia sehingga perdagangan secara online kian marak dimanapun.

Berikut ini adalah data 10 *e-commerce* dengan pengunjung situs bulanan tertinggi yang dilansir dari databoks.



Gambar 1. 10 E-commerce dengan pengunjung situs bulanan tertinggi Kuartal II - 2021

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Shopee merupakan situs jual beli secara online yang didirikan pada tahun 2015. Shopee menawarkan program gratis ongkir kepada penggunanya. Strategi marketing seperti ini terbukti ampuh menarik minat pelanggan terhadap suatu brand *e-commerce*. Selain itu, Shopee juga memberikan sistem pembayaran yang mudah saat berbelanja online. Semenjak Shopee muncul di kalangan *e-commerce* Indonesia, Shopee mampu melampaui *e-commerce-e-commerce* terdahulu yang sudah ada di Indonesia. Sebagai *e-commerce* yang masih tergolong baru dan dengan jumlah pengunjung yang sangat banyak, maka kualitas pelayanan elektronik Shopee mempengaruhi kepuasan pelanggan shopee.

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2019), “Pelayanan adalah jasa atau service yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada calon pelanggan. Pelayanan dapat memberikan nilai plus tersendiri untuk para calon pelanggan. E-Service Quality merupakan suatu penilaian serta evaluasi secara keseluruhan dari keunggulan sebuah pelayanan secara elektronik dipasar virtual”

Adapun indikator dari kualitas pelayanan elektronik menurut Zeithaml dan rekan-rekan dalam (Tjiptono & Chandra, 2019), yaitu:

1. *Efficiency* (efisiensi), yakni pembeli memiliki kemampuan dalam mengunjungi situs web, mencari produk dan informasi terkait tentang produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, dan membuat situs yang relevan menghabiskan sedikit usaha.
2. *Fulfillment* (pemenuhan), yakni mengacu pada ketepatan janji layanan, ketersediaan persediaan produk, dan produk dikirim sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.
3. *Reliability* (reliabilitas), yakni mengacu adanya keterkaitan dengan fungsi teknis situs yang relevan, terutama ketersediaan dan pengoperasian situs yang normal.
4. *Privacy* (privasi), yakni mengacu pada suatu bentuk agunan informasi pelanggan yang tidak akan disebarluaskan terhadap siapapun yang tidak terkait kepada pelanggan dan keamanan informasi kartu kredit nasabah akan terjamin.

5. *Responsiveness* (daya tanggap) mengacu situs dapat menyediakan suatu informasi yang tepat terhadap konsumen atau pembeli, menyediakan system dalam menghadapi proses pengembalian produk serta jaminan online.
6. *Compensation* (kompensasi) mengacu pada proses pengembalian dana, biaya pada penanganan produk, serta biaya untuk kirim produk.
7. *Contact* (kontak) mengacu pada kebutuhan pembeli agar dapat berbicara terhadap karyawan bagian layanan customer melalui ponsel maupun secara online (tidak sebagai komunikasi pada mesin layanan).

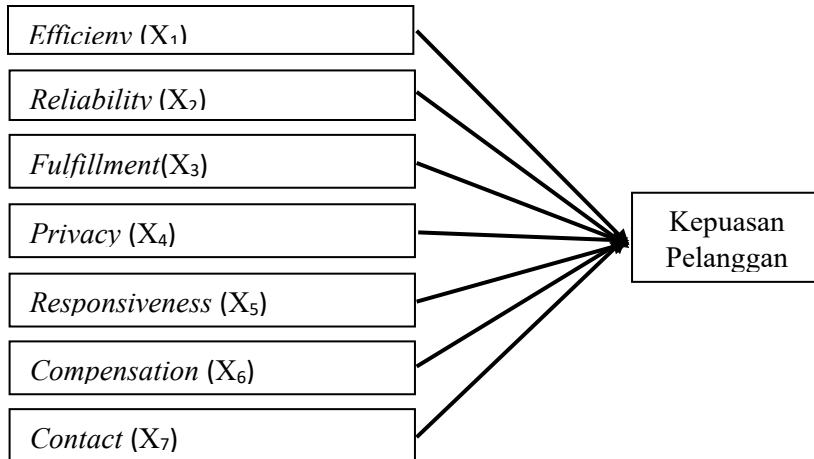
Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Permana & Djatmiko, 2018), pada penelitian yang berjudul “Analisis pengaruh kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Bandung”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dimensi *e-service quality* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Juhria et al., 2021) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi *e-commerce*” menyimpulkan hasil penelitian *E-Service Quality* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Demikian pula dengan penelitian yang dilakukan oleh (Çelik, 2021) yang berjudul “*The effect of e-service quality and after-sales e-service quality on e-satisfaction*” yang membuktikan bahwa ke empat dimensi *e-service quality* (*analysis findings, system availability, fulfilment, responsiveness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* dan dimensi *efficiency, privacy, dan contact* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *e-satisfaction*.

Berdasarkan pada pemaparan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan pelanggan pada Shopee. Dengan demikian, penulis menuangkannya dalam judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA PONTIANAK”.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan pada *e-commerce* Shopee di Kota Pontianak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan pada *e-commerce* Shopee di Kota Pontianak.

METODOLOGI



Gambar 2 Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Data Olahan, 2021

Hipotesis dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

- H₁: terdapat pengaruh yang signifikan antara *efficiency* dengan kepuasan pelanggan shopee di Pontianak.
- H₂: terdapat pengaruh yang signifikan antara *reliability* dengan kepuasan pelanggan shopee di Pontianak.
- H₃: terdapat pengaruh yang signifikan antara *fulfillment* dengan kepuasan pelanggan shopee di Pontianak.
- H₄: terdapat pengaruh yang signifikan antara *privacy* dengan kepuasan pelanggan shopee di Pontianak.
- H₅: terdapat pengaruh yang signifikan antara *responsiveness* dengan kepuasan pelanggan shopee di Pontianak.
- H₆: terdapat pengaruh yang signifikan antara *compensation* dengan kepuasan pelanggan shopee di Pontianak.
- H₇: terdapat pengaruh yang signifikan antara *contact* dengan kepuasan pelanggan shopee di Pontianak.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan bentuk penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2018), “Hubungan kasual adalah hubungan yang bersifat sebab akibat”. Menurut (Sugiyono, 2018), “Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan”. Maka analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data statistik. Teknik dan instrumen pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi dan kuesioner yang diolah dengan menggunakan program SPSS 24. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan situs *e-commerce* Shopee di kota Pontianak. Pada penelitian ini metode pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini

adalah 80. Syarat yang digunakan penulis untuk menentukan *purposive sampling* adalah pelanggan yang telah melakukan transaksi di Shopee sebanyak minimal 3 kali transaksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian ini dilakukan untuk menguji sah atau tidaknya suatu kuesioner yang dibagikan ke responden. Uji validitas yang digunakan adalah teknik *Product Moment* dengan kaidah sebagai berikut:

Valid : Nilai r hitung > nilai r tabel, dan Tidak valid : Nilai r hitung < nilai r tabel

Adapun hasil uji validitas terhadap variabel X adalah sebagai berikut :

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Efficiency</i> (X ₁)	X1.1	0,261	0,2199	Valid
	X1.2	0,407	0,2199	Valid
	X1.3	0,419	0,2199	Valid
	X1.4	0,266	0,2199	Valid
<i>Reliability</i> (X ₂)	X2.1	0,556	0,2199	Valid
	X2.2	0,561	0,2199	Valid
	X2.3	0,582	0,2199	Valid
<i>Fulfillment</i> (X ₃)	X3.1	0,490	0,2199	Valid
	X3.2	0,555	0,2199	Valid
	X3.3	0,598	0,2199	Valid
<i>Privacy</i> (X ₄)	X4.1	0,516	0,2199	Valid
	X4.2	0,533	0,2199	Valid
	X4.3	0,702	0,2199	Valid
<i>Responsiveness</i> (X ₅)	X5.1	0,679	0,2199	Valid
	X5.2	0,696	0,2199	Valid
<i>Compensation</i> (X ₆)	X6.1	0,526	0,2199	Valid
	X6.2	0,651	0,2199	Valid
	X6.3	0,378	0,2199	Valid
<i>Contact</i> (X ₇)	X7.1	0,636	0,2199	Valid
	X7.2	0,683	0,2199	Valid
	X7.3	0,540	0,2199	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,535	0,2199	Valid
	Y.2	0,503	0,2199	Valid
	Y.3	0,298	0,2199	Valid

Sumber: Diadaptasi dari Hasil Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji. Kriteria pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka dinyatakan reliabel.
- b. Jika *Cronbach's Alpha* < 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas X dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Variabel X	,908	Reliabel

Variabel Y	,612	Reliabel
-------------------	-------------	----------

Sumber: Diadaptasi dari Hasil Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai lebih dari 0,6 maka instrument kuesioner variabel X dan Y dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan guna untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji ini menggunakan uji statistik *non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S)* dilakukan dengan ketentuan seperti berikut ini:

Berdistribusi normal: Nilai Sig > 0,05

Berdistribusi tidak normal: Nilai Sig < 0,05

Berikut adalah hasil dari pengujian uji normalitas:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.37648676
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.039
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai Sig adalah 0,200 yang berarti lebih besar dibandingkan dengan 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan uji normalitas sudah terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ditemukan korelasi antar variabel bebas satu dengan yang lainnya. Pada pengujian ini penulis menggunakan metode *Variance Inflation Factor* yaitu nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) ≥ 10 . Apabila nilai tolerance dari variabel independen lebih dari 0,10 atau nilai VIF dari variabel independen kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Berikut adalah hasil dari pengujian uji multikolinieritas:

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
<i>Efficiency (X1)</i>	.725	1.379
<i>Reliability (X2)</i>	.461	2.167
<i>Fulfillment (X3)</i>	.507	1.972
<i>Privacy (X4)</i>	.466	2.146
<i>Responsiveness (X5)</i>	.403	2.482
<i>Compensation (X6)</i>	.512	1.953

<i>Contact (X7)</i>	.431	2.321
---------------------	-------------	--------------

Sumber: Diadaptasi dari Hasil Output SPSS, 2022

Data dari tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai variance inflation factor (VIF) ketujuh variabel yaitu *Efficiency (X1)*, *Reliability (X2)*, *Fulfillment (X3)*, *Privacy (X4)*, *Responsiveness (X5)*, *Compensation (X6)*, *Contact (X7)* adalah lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, sehingga bisa dikatakan bahwa antar variabel independen tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

a) Uji Spearman's Rho

Metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Spearman's Rho*. Uji *Spearman's Rho* digunakan untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolute dari residual (*error*). Apabila nilai sig. lebih besar 0,05 maka dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5 Hasil Uji *Spearman's Rho*

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Efficiency (X1)</i>	.995	tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
<i>Reliability (X2)</i>	.978	tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
<i>Fulfillment (X3)</i>	.897	tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
<i>Privacy (X4)</i>	.967	tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
<i>Responsiveness (X5)</i>	.761	tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
<i>Compensation (X6)</i>	.966	tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
<i>Contact (X7)</i>	.693	tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

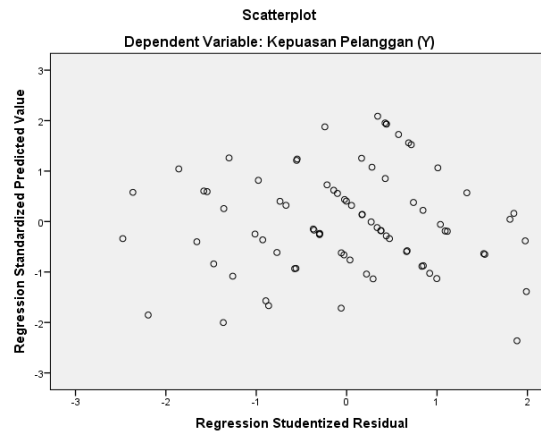
Sumber: Diadaptasi dari Hasil Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua nilai korelasi variabel independen dengan *Unstandardized Residual* memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi permasalahan heteroskedastisitas pada model regresi.

b) Uji Scatterplot

Pengujian Scatterplot yaitu dengan cara melihat grafik scatterplot antara *Standardized Predicted Value (ZPRED)* dengan *Studentized Residual (SRESID)*. Kriteria pengambilan keputusan pada uji Scatterplot adalah sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3 Hasil Uji Scatterplot

Sumber: Data Output SPSS, 2022

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Linearitas

Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05. Kriteria pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Sig. Linearity* < 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Jika nilai *Sig. Linearity* > 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 6 Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig. Linearity	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y) * Efficiency (X1)	.000	terdapat hubungan yang linear
Kepuasan Pelanggan (Y) * Reliability (X2)	.002	terdapat hubungan yang linear
Kepuasan Pelanggan (Y) * Fulfillment (X3)	.001	terdapat hubungan yang linear
Kepuasan Pelanggan (Y) * Privacy (X4)	.000	terdapat hubungan yang linear
Kepuasan Pelanggan (Y) * Responsiveness (X5)	.000	terdapat hubungan yang linear
Kepuasan Pelanggan (Y) * Compensation (X6)	.002	terdapat hubungan yang linear
Kepuasan Pelanggan (Y) * Contact (X7)	.000	terdapat hubungan yang linear

Sumber: Diadaptasi dari Hasil Output SPSS, 2022

Berdasarkan data dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh signifikansi pada *Linearity* lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa antara seluruh variabel independent dan kepuasan pelanggan terdapat hubungan yang linear.

Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = *Efficiency*

X₂ = *Reliability*

X₃ = *Fulfillment*

X₄ = *Privacy*

X₅ = *Responsiveness*

X₆ = *Compensation*

X₇ = *Contact*

e = Error

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.569	1.666		2.743	.008
	Efficiency (X1)	.258	.100	.299	2.584	.012
	Reliability (X2)	-.070	.120	-.085	-.586	.560
	Fulfillment (X3)	.051	.119	.060	.431	.668
	Privacy (X4)	.185	.111	.240	1.663	.101
	Responsiveness (X5)	.116	.167	.107	.693	.491
	Compensation (X6)	-.045	.123	-.051	-.370	.712
	Contact (X7)	.112	.113	.148	.987	.327

Sumber: Data Output SPSS, 2022

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 4,569 + 0,258X_1 - 0,070 X_2 + 0,051 X_3 + 0,185 X_4 + 0,116 X_5 - 0,045 X_6 + 0,112 X_7 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 4,569 artinya variabel independen (*Efficiency, Reliability, Fulfillment, Privacy, Responsiveness, Compensation, Contact*) memiliki nilai 0, berbanding lurus dengan tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) nilainya sebesar 4,569.
- 2) Nilai koefisien variabel X₁ sebesar 0,258 menunjukkan bahwa apabila variabel *efficiency* (X₁) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 25,8%. Nilai koefisien positif menandakan bahwa peningkatan variabel *efficiency* berimbang dengan kenaikan kepuasan pelanggan.
- 3) Nilai koefisien variabel X₂ sebesar -0,070 menunjukkan bahwa apabila variabel *reliability* (X₂) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan sebesar 7%. Nilai koefisien negatif menandakan bahwa terjadi hubungan berlawanan antara variabel *reliability* dengan kepuasan pelanggan.
- 4) Nilai koefisien variabel X₃ sebesar 0,051 menunjukkan bahwa apabila variabel *fulfillment* (X₃) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami

kenaikan sebesar 5,1%. Nilai koefisien positif menandakan bahwa peningkatan variabel *fulfillment* berimbang dengan kenaikan kepuasan pelanggan.

- 5) Nilai koefisien variabel X_4 sebesar 0,185 menunjukkan bahwa apabila variabel *privacy* (X_4) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 18,5%. Nilai koefisien positif menandakan bahwa peningkatan variabel *privacy* berimbang dengan kenaikan kepuasan pelanggan.
- 6) Nilai koefisien variabel X_5 sebesar 0,116 menunjukkan bahwa apabila variabel *responsiveness* (X_5) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 11,6%. Nilai koefisien positif menandakan bahwa peningkatan variabel *responsiveness* berimbang dengan kenaikan kepuasan pelanggan.
- 7) Nilai koefisien variabel X_6 sebesar -0,045 menunjukkan bahwa apabila variabel *compensation* (X_6) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan sebesar 4,5%. Nilai koefisien negatif menandakan bahwa terjadi hubungan berlawanan antara variabel *compensation* dengan kepuasan pelanggan.
- 8) Nilai koefisien variabel X_7 sebesar 0,112 menunjukkan bahwa apabila variabel *contact* (X_7) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 11,2%. Nilai koefisien positif menandakan bahwa peningkatan variabel *contact* berimbang dengan kenaikan kepuasan pelanggan.

Analisis Korelasi Berganda (R)

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui kekuatan/keeratan hubungan antara variabel independen (*Efficiency, Reliability, Fulfillment, Privacy, Responsiveness, Compensation, Contact*) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan). Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00	-	0,199	= sangat rendah
0,20	-	0,399	= rendah
0,40	-	0,599	= sedang
0,60	-	0,799	= kuat
0,80	-	1,000	= sangat kuat

Dari hasil analisis regresi, lihat pada output model summary adalah sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Analisis Korelasi Berganda (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.550 ^a	.302	.234	1.442

Sumber: Data Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 8 di atas, diperoleh angka R sebesar 0,550 atau 55%. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sedang antara variabel *Efficiency* (X_1), *Reliability* (X_2), *Fulfillment* (X_3), *Privacy* (X_4), *Responsiveness* (X_5), *Compensation* (X_6), *Contact* (X_7) dengan Keputusan Pelanggan (Y).

Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Berikut ini adalah data yang didapatkan dalam pengujian R^2 :

Tabel 9 Hasil Analisis Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.550 ^a	.302	.234	1.442

Sumber: Data Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 sebesar 0,234 atau 23,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen dengan variabel dependen sebesar 23,4%, sedangkan sisanya sebesar 76,6% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Uji F (Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 10 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a		
Model	F	Sig.
1	Regression	4.453 .000 ^b
	Residual	
	Total	

Sumber: Diadaptasi dari Data Output SPSS, 2022

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$. Dengan menggunakan $df_1 = k - 1$ dan $df_2 = n - k$. (k =variabel; n =sampel). Maka diperoleh $df_1 = 7$ dan $df_2 = 73$, maka hasil F tabel adalah 2,140. Berdasarkan tabel 12 diperoleh F hitung sebesar 4,453. Nilai F hitung $>$ F tabel ($4,453 > 2,140$), artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan Elektronik (*Efficiency, Reliability, Fulfillment, Privacy, Responsiveness, Compensation, Contact*) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji t (Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 11 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.569	1.666		2.743	.008
	Efficiency (X1)	.258	.100	.299	2.584	.012
	Reliability (X2)	-.070	.120	-.085	-.586	.560
	Fulfillment (X3)	.051	.119	.060	.431	.668
	Privacy (X4)	.185	.111	.240	1.663	.101
	Responsiveness (X5)	.116	.167	.107	.693	.491
	Compensation (X6)	-.045	.123	-.051	-.370	.712
	Contact (X7)	.112	.113	.148	.987	.327

Sumber: Data Output SPSS, 2022

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$. Dengan menggunakan t tabel = $\alpha/2$; $df (n - k - 1)$, maka t tabel = 0,025 : 72 ; Maka t tabel diperoleh sebesar 1,99346.

Pengujian Variabel *Efficiency* (X_1)

Hipotesis

H₀₁ : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel *Efficiency* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

H₁ : Terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Efficiency* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Karena t hitung (2,584) > t tabel (1,99346), maka H₀₁ ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Efficiency* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Sebagian responden sangat setuju bahwa metode pembayaran yang ada pada Shopee mudah dilakukan, tersedia fasilitas pencarian untuk memudahkan konsumen, tampilan aplikasi yang mudah dan situs atau aplikasi memuat halaman dengan cepat. Hal ini dapat dibuktikan dengan tersedianya metode pembayaran yang banyak untuk memudahkan pengguna apabila pengguna tidak memiliki rekening bank, pengguna dapat melakukan pembayaran melalui indomaret atau alfamart terdekat. Tampilan aplikasi yang diberikan Shopee juga terbilang sangat sederhana dan *user-friendly*. Fitur pencarian Shopee diletakan pada bagian paling atas sehingga memudahkan konsumen dalam mencari produk, layanan atau nama toko penjual. Untuk memuat halaman situs atau aplikasi Shopee, penulis memerlukan waktu kurang dari 3 detik saja sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *efficiency* mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee.

Pengujian Variabel *Reliability* (X₂)

Hipotesis

H₀₂ : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel *Reliability* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

H₂ : Terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Reliability* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Karena t hitung (-0,586) < t tabel (1,99346), maka H₀₂ diterima, artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Reliability* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Sebagian responden setuju bahwa informasi yang ada pada situs atau aplikasi terbaru, informasi yang ada pada situs atau aplikasi akurat dan informasi yang ada pada situs atau aplikasi terorganisir dengan baik. Shopee selalu memberikan informasi yang terbaru seperti informasi gratis ongkir, diskon, *voucher* potongan, dan informasi lainnya. Informasi-informasi yang diberikan terorganisir dengan baik sesuai kategori masing-masing informasi. Informasi yang diberikan juga informasi yang akurat sesuai dengan kenyataan yang ada. Namun, informasi-informasi yang ada pada Shopee belum cukup mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee.

Pengujian Variabel *Fulfillment* (X₃)

Hipotesis

H₀₃ : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel *Fulfillment* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

H₃ : Terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Fulfillment* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Karena t hitung (0,431) < t tabel (1,99346), maka H₀₃ diterima, artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Fulfillment* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Sebagian responden netral terhadap akurasi janji layanan dan produk yang diperoleh sesuai dengan deskripsi produk dan sebagian responden setuju dengan pengembalian barang saat kondisi produk

rusak atau salah. Shopee dapat memproses pengembalian barang bila produk yang diterima oleh pelanggan berada dalam kondisi rusak atau salah atau kekurangan produk. Biasanya untuk perihal kekurangan produk, Shopee menyarankan untuk mengembalikan kekurangan tersebut dalam bentuk nominal sejumlah harga produk yang akan di transfer ke ShopeePay. Namun, di sisi lain, akurasi janji layanan dan produk yang diperoleh sesuai dengan deskripsi produk belum cukup mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee.

Pengujian Variabel *Privacy* (X₄)

Hipotesis

H₀₄ : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel *Privacy* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

H₄ : Terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Privacy* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Karena t hitung (1,663) < t tabel (1,99346), maka H₀₄ diterima, artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Privacy* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Sebagian besar responden netral terhadap data transaksi konsumen terlindungi, kerahasiaan data konsumen serta jaminan eksplisit privasi konsumen produk. Hingga saat ini, belum ada rumor atau berita tentang bocornya data-data pengguna aplikasi Shopee. Shopee juga telah memberikan penjelasan mengenai data-data penggunaannya dalam bentuk artikel. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa artikel tersebut tidak dibaca oleh pengguna sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *privacy* belum cukup mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee.

Pengujian Variabel *Responsiveness* (X₅)

Hipotesis

H₀₅ : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel *Responsiveness* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

H₅ : Terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Responsiveness* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Karena t hitung (0,693) < t tabel (1,99346), maka H₀₅ diterima, artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Responsiveness* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Sebagian responden netral terhadap respon tepat & cepat yang diberikan oleh Shopee dan penanganan masalah dengan cepat oleh Shopee. Dengan adanya fitur live chat 24 jam, Shopee mampu menangani masalah dengan sigap tanpa harus bertele-tele. Sayangnya, fitur live chat berupa chatbot di awal kita memulai percakapan sebelum kita berbicara dengan *customer service* dari Shopee sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *responsiveness* belum cukup mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee.

Pengujian Variabel *Compensation* (X₆)

Hipotesis

H₀₆ : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel *Compensation* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

H₆ : Terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Compensation* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Karena t hitung (-0,370) < t tabel (1,99346), maka H₀₆ diterima, artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Compensation* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Sebagian besar responden setuju dengan pengembalian dana dan pengembalian barang. Shopee menyediakan fitur pengembalian dana/barang yang dapat memberikan rasa aman kepada pengguna. Dengan adanya fitur tersebut, pengguna tidak perlu khawatir mengenai barang yang tidak kunjung datang atau barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan. Apabila hal-hal yang disebutkan diatas terjadi, maka Shopee siap mengembalikan dana/barang sesuai dengan prosedur. Subsidi ongkir menjadi salah satu alasan terkuat untuk Shopee dapat berdiri tegak hingga hari ini. Subsidi ongkir merupakan salah satu trik dari Shopee untuk menarik konsumen hingga menjadi pelanggan tetap. Tak dapat dipungkiri, ongkos kirim untuk di luar Pulau Jawa cukup memakan biaya yang tidak sedikit. Sehingga rata-rata pelanggan di kota Pontianak sangat terbantu dengan adanya subsidi ongkir tersebut. Namun, subsidi ongkir untuk daerah kota Pontianak tidak seperti dahulu kala subsidi saat ini terbilang cukup sedikit dengan minimal pembelian yang standar yaitu Rp 30.000,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *privacy* belum cukup mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee.

Pengujian Variabel *Contact* (X₇)

Hipotesis

H₀₇ : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel *Contact* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

H₇ : Terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Contact* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Karena t hitung (0,987) < t tabel (1,99346), maka H₀₇ diterima, artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *Contact* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Sebagian besar responden sangat setuju dengan layanan *call center* 24 jam, sebagian besar responden setuju dengan situs perwakilan layanan pelanggan tersedia secara online, dan sebagian besar responden netral dengan *customer service* baik dan tepat. Shopee menyediakan layanan *call center* 24 jam yang dapat diakses secara online pada aplikasi atau situs dengan cepat. Namun, *customer service* yang ada pada Shopee belum mampu memberikan kepuasan secara menyeluruh kepada pelanggan sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *contact* belum cukup mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 80 responden yang mengisi kuesioner penelitian ini, mayoritas berada direntang usia 17-25 tahun dengan jenis kelamin wanita, berpendidikan SMA/SMK/Sederajat dan Sarjana dengan rata-rata bekerja sebagai karyawan swasta dan pelajar/mahasiswa dengan penghasilan atau uang saku dibawah Rp 2.750.000.
2. Dari hasil analisa korelasi berganda / R didapatkan bahwa nilai R sebesar 0,550 yang berarti terjadi hubungan yang sedang antara variabel *Efficiency* (X₁), *Reliability* (X₂), *Fulfillment* (X₃), *Privacy* (X₄), *Responsiveness* (X₅), *Compensation* (X₆), *Contact* (X₇) dengan Keputusan Pelanggan (Y).
3. Dari hasil analisa determinasi didapatkan bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,234 ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat

sebesar 23,4% dan sisanya sebesar 76,6% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4. Dari Uji F didapatkan bahwa semua variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Dari Uji t didapatkan bahwa variabel bebas *efficiency* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel bebas lainnya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran antara lain:

1. Sebaiknya Shopee dapat tetap mempertahankan kualitas pelayanannya pada indikator *efficiency* seperti tampilan aplikasi, tersedia fasilitas pencarian untuk memudahkan konsumen, situs memuat halaman dengan cepat serta metode pembayaran mudah yang memungkinkan pelanggan untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat dan menggunakan aplikasi atau situs tersebut dengan mudah.
2. Shopee terus meningkatkan interaktivitas layanan oleh melalui beranda interaktif di website maupun media sosial yang ada sehingga pengunjung merasa Shopee akan mudah dihubungi jika terdapat masalah.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel pendukung lainnya diluar dari variabel kualitas pelayanan elektronik, seperti harga dan promosi sehingga dapat mengukur hubungan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan lebih baik lagi dan juga menambah jumlah responden agar dapat merepresentasikan hasil yang lebih mewakili semua populasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, A., & Nugroho, D. (2016). PENGARUH KUALITAS LAYANAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS: ABC. COM). *Jurnal Logistik Bisnis*, 6(2), 34-39.
- Çelik, K. (2021). The effect of e-service quality and after-sales e-service quality on e-satisfaction. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.15295/bmij.v9i3.1898>
- Fuady, M. (2011). *Pengantar hukum bisnis: Menata bisnis modern di era global* (3 ed.). Citra Aditya Bakti.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25.
- Irawan, H. (2008). Membedah strategi Kepuasan pelanggan. *Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta*.
- Janie, D. N. A. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (S. E. Dr. Hj. Ardiani Ika S., M.M., Akt., Ed.). Semarang University Press.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(1), 55-62.
- Komara, A. T. (2014). Keterkaitan E-Service Quality Dan E-Recovery Service Quality Maskapai Penerbangan Air Asia Dengan Menggunakan Structural Equation Modelling. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2), 101-111.

Tiomantara, V.L. Suhendry, W. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kota Pontianak. *OBIS*, 7(2), 41-56

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. Pearson Education, Inc.
- Permana, H., & Djatmiko, T. (2018). Analisis pengaruh kualitas layanan elektronik (e-service quality) terhadap kepuasan pelanggan shopee di bandung. *SOSIOHUMANITAS*, 20(2), 64-78.
- Priyatno, D. (2014). SPSS 22 Pengolah data terpraktis. *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish.
- Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku konsumen edisi 7. *Jakarta: Indeks*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2 ed.). ALFABETA.
- Suhardi Purwanto, S. (2016). Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern. In: Edisi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction Edisi 5* (5 ed.). ANDI.
- Triton. (2006). *Mengenal E-Commerce dan Bisnis di Dunia Cyber*. Argo Publisher.

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* (STUDI KASUS *COFFEE SHOP*)**

Stevani

stevaniv93@gmail.com

Politeknik Tonggak Equator Pontianak

ABSTRACT

With the era of globalization, the changes happened very quickly and have an impact on the development of the economy, one of them is coffee shop. Every coffee shop will maximize their performance with the aim of further development. In this study the authors use a variables such as store atmosphere, service quality, consumer loyalty and consumer satisfaction. This study aims to determine the significance of the influence of each variable such store atmosphere and service quality on customer loyalty through customer satisfaction as a variable intervening, and to determine the effect of consumer satisfaction as an intervening variable on customer loyalty. The method the authors used to do the research is associative causal. Data were collected by direct observation in the field, interviews with the owner and distributing questionnaires to 100 respondents. The technique of analysis of this research is using the software SEM - PLS (partial least square). The results showed that the store atmosphere and service quality significantly influence customer satisfaction at Diatarara Kopi. Store atmosphere have a significant effect on consumer loyalty in while service quality has no significant effect on the loyalty of the consumer. Customer satisfaction have a significant effect on consumer loyalty at Diantara Kopi. Store atmosphere influence consumer loyalty indirectly through consumer satisfaction at Diantara Kopi while service quality does not affect the customer loyalty indirectly through consumer satisfaction at Diantara Kopi.

Keywords: *store atmosphere, service quality, consumer loyalty and consumer satisfaction*

LATAR BELAKANG

Di era globalisasi saat ini, perubahan berlangsung sangat cepat dan membawa dampak signifikan terhadap perkembangan perekonomian, termasuk pada sektor bisnis kuliner seperti restoran dan kafe. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Wishnutama (di dalam Catriana, 2020) mengatakan bahwa merujuk data yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik bidang kuliner memiliki nilai kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 41 persen, berdasarkan pemaparan tersebut dapat dikatakan bahwa sektor kuliner yaitu makanan dan minuman memberikan dampak yang cukup besar terhadap perekonomian Indonesia. Banyak usaha restoran dan kafe yang berkembang pesat di Indonesia dengan beragam penawaran makanan dan minuman. Salah satunya adalah bisnis minuman yang berfokus pada kopi atau yang dikenal sebagai *coffee shop*. Perkembangan *coffee shop* didorong oleh perubahan perilaku masyarakat, di mana aktivitas mengonsumsi kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup dan kebiasaan sehari-hari.

Coffee Shop telah mengalami transformasi, di mana tidak hanya sebagai tempat untuk meminum secangkir kopi namun telah menjadi sebuah tempat untuk bekerja (*working space*) atau tempat untuk berkumpul bersama teman-teman yang banyak diminati masyarakat, bahkan *coffee shop* kini telah menjadi identitas eksistensi dan simbol martabat (*prestige*) bagi masyarakat bisnis (Kasali, 2010). Pernyataan tersebut juga didukung oleh data *International Coffee Organization* (ICO) pada tahun 2015 di dalam Monicasef (2019) di mana data

pertumbuhan jumlah peminum kopi di Indonesia, yaitu sebesar 8%, lebih besar dari pada pertumbuhan dunia yang hanya mencapai 6%. Selaras dengan ICO, data Hasil proyeksi konsumsi kopi di Indonesia yang dirilis oleh Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian yang dirilis pada tahun 2018 pun menunjukkan terjadinya peningkatan konsumsi kopi nasional selama 4 tahun terakhir. Rata-rata pertumbuhan konsumsi kopi nasional mencapai angka 2,49%.

Seiring dengan meningkatnya data konsumsi kopi, dapat disimpulkan bahwa tren *coffee shop* terus mengalami pertumbuhan. Sejalan dengan kota-kota besar lainnya, Kota Pontianak juga menunjukkan perkembangan yang pesat dalam industri perkopian. Banyak *coffee shop* bermunculan dan dapat dijumpai hampir di setiap ruas jalan, mulai dari usaha bermodal gerobak hingga yang berlokasi di ruko. Peluang bisnis kopi di Kalimantan Barat, khususnya di Kota Pontianak, menjadi potensi besar dalam pengembangan industri *coffee shop*. Maraknya industri ini juga berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah. Pernyataan tersebut juga didukung dengan informasi yang diberikan Kepala Kanwil DJP Kalbar, Farid Bachtihar (di dalam Hidayatika, 2020) tentang realisasi penerimaan pajak mengatakan bahwa, sampai dengan 30 April 2020, penerimaan pajak mencapai Rp 1,92 triliun atau 23,43 persen dari target sebesar Rp 8,45 triliun didapat dari industri tersebut bila dibandingkan tahun 2019, tahun 2020 meningkat 12,29 persen.

Banyak sekali faktor dari *store atmosphere* yang dapat di perhatikan yaitu bagaimana cara membuat suasana *coffee shop* serasa hidup, aroma apa saja yang akan diberikan serta peletakan tempat duduk yang nyaman pun dapat menentukan kepuasan konsumen. Sama halnya juga dengan *service quality* dimana dengan memberikan pelayanan yang terbaik maka tentu akan meninggalkan kesan yang baik di mata konsumen. Jika apa yang diberikan melebihi dari apa yang konsumen ekspektasikan maka konsumen akan merasa puas dan akan kembali lagi.

Service quality juga berperan penting dalam suksesnya sebuah usaha. Jika seseorang tidak mendapatkan layanan sebagaimana mestinya maka tentu hal tersebut dapat berdampak buruk bagi tempat tersebut, dikarenakan tentu konsumen tersebut tidak akan datang kembali berkunjung, karena sudah merasakan ketidakpuasan di *coffee shop*. Oleh karena itu, *service quality* merupakan wajah bagi sebuah usaha yang harus dipertahankan.

Store atmosphere dan *service quality* memiliki peranan yang penting dalam memberikan kepuasan konsumen serta meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh penulis lain dalam meneliti tentang *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Furoida & Maftukhah (2018), mengemukakan bahwa *store atmosphere* dan *service quality* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen di Libreria Eatery Surabaya. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Kumala et al (2016) bahwa hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *store atmosphere*, *service quality*, dan harga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen.

Rumusan Masalah

Store atmosphere dan *service quality* memiliki peranan yang penting dalam memberikan kepuasan konsumen serta meningkatkan loyalitas konsumen. Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *store atmosphere* dan *service quality* terhadap kepuasan konsumen pada Diantara Kopi secara simultan?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *store atmosphere* dan *service quality* terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara simultan?

3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara parsial?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *service quality* terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara parsial?
5. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Diantara Kopi secara parsial?
6. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *service quality* terhadap kepuasan konsumen pada Diantara Kopi secara parsial?
7. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara parsial?
8. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara langsung atau tidak langsung melalui kepuasan konsumen pada Diantara Kopi?
9. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara langsung atau tidak langsung melalui kepuasan konsumen pada Diantara Kopi?

KAJIAN PUSTAKA

Store Atmosphere

Menurut Levy et al (2014), *store atmosphere* mengacu pada desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, music, dan bau untuk merangsang respon perseptual dan emosional konsumen dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian. Penggunaan *store atmosphere* yang tepat akan menimbulkan kesan menarik dan membantu memperbaiki citra sebuah toko dalam persepsi konsumen, yang tentunya akan mendorong keputusan pembelian.

Definisi yang mendalam dijelaskan oleh Berman & Evans (2018) mendefinisikan *store atmosphere* sebagai karakteristik fisik toko yang memproyeksikan citra dan menarik konsumen. Untuk perusahaan berbasis non-toko, atmosfer mengacu pada karakteristik fisik katalog, mesin penjual otomatis, situs web, dan lain sebagainya. Pemandangan, suara, bau, dan atribut fisik lainnya dari pengecer semuanya berkontribusi pada persepsi konsumen, dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa bagi sebuah toko, penting. Untuk menonjolkan tampilan fisik, *store atmosphere* berguna untuk membangun citra dan menarik minat konsumen.

Store atmosphere menurut Berman & Evans (2018), “elemen *store atmosphere* ini meliputi: bagian luar toko (*exterior*), bagian dalam toko (*interior*), tata letak ruangan (*store layout*) dan *interior point of purchase*.” Yang dapat diartikan akan dijelaskan lebih lanjut dibawah ini:

1. Luar Toko (*Exterior*)

Karakteristik *exterior* mempunyai pengaruh yang kuat pada citra toko tersebut. Apalagi *exterior* memberikan kesan pertama terhadap toko, karena bagian ini adalah yang pertama dilihat oleh pengunjung. Kombinasi *exterior* dapat membuat bagian luar toko menjadi terlihat unik, menarik dan menonjol serta mengundang orang untuk masuk ke dalam toko. Elemen-elemen *exterior* ini terdiri dari sub elemen-elemen sebagai berikut:

a. Bagian Depan Toko (*Storefront*)

Bagian muka atau depan toko meliputi kombinasi papan nama, pintu masuk, dan konstruksi bangunan. *Storefront* harus mencerminkan keunikan, kemantapan, kekokohan atau hal-hal lain yang sesuai dengan citra toko tersebut. Khususnya konsumen yang baru sering menilai toko dari penampilan luarnya terlebih dahulu sehingga merupakan *exterior* merupakan faktor penting untuk mempengaruhi konsumen untuk mengunjungi toko.

b. Papan Nama dan Logo (*Marquee*)

Papan nama adalah suatu tanda yang digunakan untuk memajang nama atau logo suatu toko. Papan nama dapat dibuat dengan teknik pewarnaan, penulisan huruf atau penggunaan lampu. Papan nama dapat terdiri dari nama saja, logo saja, atau dikombinasikan dengan slogan dan informasi mengenai toko. Supaya efektif papan nama harus diletakkan diluar, terlihat berbeda dan lebih menarik atau mencolok jika dibanding dengan yang lain.

c. Pintu Masuk (*Entrances*)

Pintu masuk harus dirancang dan disesuaikan dengan karakteristik toko. Hal ini dimaksudkan agar berawal dari pintu masuk sudah mampu menarik minat konsumen. Selain itu pintu masuk perlu diperhatikan untuk menjaga kelancaran lalu lintas pengunjung keluar masuk toko. Pintu masuk mempunyai tiga masalah utama yang harus diperhatikan, yaitu :

- 1) Jumlah pintu masuk pada umumnya jumlah pintu masuk disesuaikan dengan besar kecil bangunan. Hal ini yang mempengaruhi yaitu tingkatan keamanan yang ingin dicapai dari bangunan tersebut.
- 2) Jenis pintu masuk yang digunakan apakah akan menggunakan pintu otomatis atau pintu dorong.
- 3) Lebar pintu masuk yang lebar akan menciptakan suasana dan kesan yang berbeda dibandingkan pintu masuk yang kecil dan sempit yang berisiko membuat pengunjung berdesak-desakan.

d. Tinggi dan Luas Toko (*Height and Size of Building*)

Mempengaruhi kesan terhadap toko tersebut, misalnya langit-langit toko tinggi maka dapat membuat ruangan seolah-olah terlihat lebih luas

e. Ciri Khas (*Uniqueness*)

Dapat dicapai melalui desain toko yang lain daripada yang lain.

f. Keadaan Masyarakat Sekitar (*Surrounding Store*)

Citra toko dapat dipengaruhi oleh keadaan lingkungan masyarakat dimana toko itu berada.

g. Fasilitas Parkir (*Parking*)

Tempat parkir merupakan hal yang juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Tempat parkir yang luas, aman, dan mempunyai jarak yang dekat dengan toko akan menciptakan atmosfer yang positif bagi toko

2. Bagian Dalam Toko (*Interior*)

General Interior toko menjadi salah satu kunci keberhasilan dari keseluruhan strategi *store atmosphere*. Oleh karena itu, interior toko harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat memaksimalkan *visual merchandising*. Hal ini dimaksudkan agar ketika konsumen sudah berada di dalam toko dapat terdorong keinginan membelinya dengan memengaruhi emosinya melalui suasana dan display yang baik. *Display* yang baik yaitu yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa dan memilih barang itu dan akhirnya melakukan pembelian. Elemen-elemen general interior terdiri dari:

a. Pemilihan Lantai (*Flooring*)

Penentuan jenis lantai (kayu atau keramik), desain, dan warna lantai sangatlah penting, karena konsumen dapat mengembangkan persepsi mereka berdasarkan apa yang mereka lihat.

b. Pewarnaan dan Pencahayaan (*Colors and Lighting*)

Setiap toko harus mempunyai pencahayaan yang cukup untuk mengarahkan atau menarik perhatian pengunjung ke daerah tertentu dari toko. Tata cahaya yang baik mempunyai kualitas dan warna yang dapat membuat produk-produk yang ditawarkan terlihat lebih menarik dan kadang berbeda dengan keadaan aslinya.

c. Suhu Udara (*Temperature*)

Pengelola toko harus selalu memperhatikan suhu ruangan toko agar selalu dalam kondisi yang nyaman bagi pengunjung, sehingga mereka betah berlama-lama.

d. Area Khusus atau Area Mati (*Dead Areas*)

Area khusus adalah ruangan di dalam toko dimana display yang normal tidak bisa diterapkan karena akan terasa janggal.

e. Karyawan (Personel)

Karyawan yang sopan, ramah, berpenampilan menarik dan mempunyai pengetahuan yang cukup mengenai produk yang dijual akan meningkatkan citra perusahaan dan loyalitas konsumen dalam memilih toko

f. Harga (*Price*)

Label harga merupakan salah satu informasi penting yang menentukan membeli atau tidaknya konsumen. Untuk memudahkan konsumen, maka label harga pada umumnya ditempatkan pada kemasan produk tersebut dipajang atau kombinasi keduanya.

g. Kebersihan (*Cleanliness*)

Kebersihan menjadi salah satu faktor utama pemilihan lokasi berbelanja dan loyalitas dari konsumen

3. Letak Ruangan (*Store Layout*)

Store layout yang baik akan mampu mengundang konsumen untuk lebih betah berkeliling dan lebih banyak lagi dalam membelanjakan uangnya. Elemen-elemen yang diperlukan:

a. Pengelompokan Penjualan, Gudang, Karyawan dan Konsumen (*Allocation of Floor Space for Selling, Merchandise, Personnel and Customers*)

Suatu toko pada umumnya terdiri dari beberapa ruangan yang menjadi satu atau beberapa ruangan yang besar. Ruangan yang ada tersebut harus dialokasikan untuk:

1) Penjualan (*Selling Space*)

Ruang untuk memajang barang dan tempat berinteraksi antara konsumen dan karyawan toko atau pramuniaga.

2) Gudang (*Merchandise Space*)

Ruang untuk menyimpan barang yang tidak dipajang atau sering disebut dengan gudang.

3) Karyawan (*Personal Space*)

Ruang yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan karyawan, seperti tempat istirahat dan makan.

4) Konsumen (*Customer Space*)

Merupakan ruangan yang disediakan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen seperti toilet, mushola dan ruang tunggu.

b. Pengelompokan barang (*Product Grouping*)

Barang yang dipajang dapat dikategorisasikan sebagai berikut:

1) Pengelompokan Produk Fungsional (*Functional Product Groupings*) Pengelompokan barang berdasarkan penggunaan akhir yang sama.

2) Pengelompokan Produk Berdasarkan Motivasi Pembelian (*Purchase Motivation Product Grouping*)

Pengelompokan barang yang ada menimbulkan dorongan pada konsumen untuk membeli dan menghabiskan waktu yang lebih banyak dalam berbelanja.

3) Pengelompokan Barang Berdasarkan Segmen Pasar (*Market Segment Product Grouping*) Pengelompokan barang berdasarkan pasar sasaran yang sama.

4) Pengelompokan Produk Berdasarkan Penyimpanan (*Storability Product Grouping*)

Pengelompokan barang berdasarkan cara penanganannya yang khusus.

c. Pola Arus Lalu Lintas (*Traffic Flow*)

Dibagi menjadi dua dasar yaitu :

1) Arus Lalu Lintas Yang Luas (*Straight Traffic Flow*)

Pengaturan ini mengarahkan konsumen sesuai gang-gang dan perabot dalam toko.

2) Arus Lalu Lintas Membelok (*Curving (free-flowing) Traffic Flow*) Pengaturan ini memungkinkan konsumen membentuk pola lalulintasnya sendiri.

4. *Interior Point of Purchase*

Display Setiap jenis interior display menyediakan informasi pada konsumen untuk mempengaruhi suasana lingkungan toko. Tujuan utama *interior display* adalah untuk meningkatkan penjualan dan laba toko tersebut. *Interior (point-off-purchase)* display terdiri dari:

a. Tema Khusus (*Theme-Setting*)

Dalam satu musim atau peringatan tertentu retailer dapat mendesain dekorasi toko atau ditetapkan untuk menarik perhatian konsumen.

b. Rak dan Etalase (*Racks and Cases*)

Rak mempunyai fungsi utama untuk memajang dan meletakkan barang dagangan secara rapi. Case berfungsi untuk memajang barang yang lebih besar atau berat daripada barang di rak.

c. Berbagai Macam Display (*Assortment Displays*)

Merupakan bentuk interior displays yang digunakan untuk berbagai macam produk yang berbeda dan dapat mempengaruhi konsumen untuk merasakan, melihat, dan mencoba produk. Kartu ucapan, majalah, buku dan produk sejenis lainnya merupakan produk-produk yang menggunakan assortment displays.

d. *Ensemble Displays*

Merupakan bentuk interior displays yang digunakan untuk satu stel produk yang merupakan gabungan dari bermacam produk. Biasanya digunakan untuk produk satu sel pakaian (sepatu, kaos kaki, celana, baju, dan jaket).

e. *Posters, Signs, and Cards Display*

Tanda-tanda yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang lokasi barang di dalam toko. Iklan yang mendorong konsumen untuk berbelanja barang adalah iklan promosi barang baru atau diskon khusus untuk barang tertentu. Tujuan dari tanda-tanda itu sendiri untuk meningkatkan penjualan barang melalui informasi yang diberikan konsumen secara baik dan benar. Daerah belanja yang kurang diminati biasanya dibuat menarik dengan tampilan tanda-tanda yang sifatnya komunikatif pada konsumen.

Menurut Lamb et al (di dalam Purnomo, 2017) *store atmosphere* mempunyai tujuan tertentu yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penampilan eceran toko membantu menentukan citra toko, dan memposisikan eceran toko dalam benak konsumen.
2. Tata letak yang efektif tidak hanya akan menjamin kenyamanan dan kemudahan melainkan juga mempunyai pengaruh yang besar pada pola lalu lintas konsumen dan perilaku belanja.

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Menurut Tjiptono (2007) di dalam Herry (2011), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh konsumen maupun perusahaan dan untuk memenuhi keinginan konsumen.

Terdapat lima dimensi kualitas layanan yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas jasa menurut Zeithaml et al. (2017, p. 87) yaitu:

1. Berwujud (*Tangible*)

Tangible Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya dalam jasa *coffee shop*, maka karyawannya memakai seragam yang rapi, jumlah meja dan kursi, dan Alat kopi yang lengkap. Agar lebih dapat dipahami berikut point yang lebih lengkapnya adalah :

- a. Kebersihan, kerapihan serta kenyamanan ruangan.
- b. Kerapihan dalam penampilan karyawan.
- c. Penggunaan teknologi yang canggih.

2. Keandalan (*Realilability*)

Keandalan berupa kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah dan harga. Ada dua aspek dari dimensi ini, yaitu konstitensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*)

3. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap berupa kesadaran dan keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan berupa pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi dimana konsumen akan merasa aman dan terjamin. Agar lebih dapat dipahami berikut point yang lebih lengkapnya adalah :

- a. Keramahan karyawan dalam melayani konsumen.
- b. Kemampuan karyawan dalam memberikan rasa aman kepada konsumen.
- c. Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam memberikan penjelasan atas pertanyaan konsumen.
- d. Reputasi, dimana karyawan harus bisa menjaga reputasi perusahaannya dengan memberikan jaminan keamanan kepada konsumennya.

5. Empati (*Empathy*)

Berupa kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada konsumen inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada konsumen melalui layanan yang diberikan bahwa konsumen itu special, dan kebutuhan mereka dapat dipahami. Agar lebih dapat dipahami berikut point yang lebih lengkapnya adalah :

- a. Memberikan perhatian secara pribadi kepada konsumen
- b. Memberikan keamanan dan kenyamanan kepada konsumen.
- c. Kemudahan dalam melakukan hubungan.
- d. Mempunyai produk perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen
- e. Menjalin Komunikasi yang baik dengan konsumen

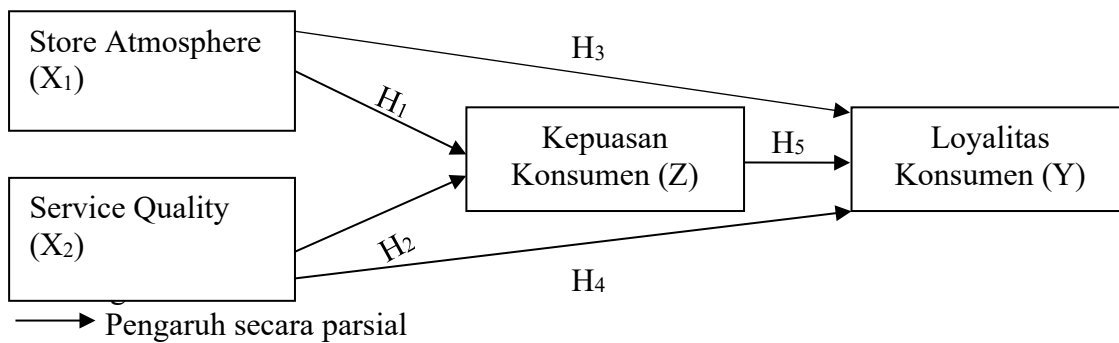
METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif kausal. Sugiyono (2017) mengatakan bahwa penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Terdapat tiga bentuk hubungan yaitu: hubungan simetris, hubungan kausal, dan interaktif. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen Diantara Kopi, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan berdasarkan *variance* atau *component based structural equation modeling*. Terdapat dua variabel independen (X), satu variabel dependen (Y), dan satu variabel moderasi (Z). Berikut disajikan tabel yang memuat data variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Indikator
X ₁	<i>Store Atmosphere (exterior, general interior, store layout, and interior point of purchase display)</i>
X ₂	<i>Service Quality (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy)</i>
Y	<i>Consumer Loyalty</i>
Z	<i>Consumer Satisfaction</i>

Sumber data: Data olahan, 2021



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Data Olahan, 2021

Hipotesis Penelitian

- H1 : Store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Diantara Kopi secara parsial
- H2 : Service quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.
- H3 : Store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.
- H4 : Service quality berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.
- H5 : Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.
- H6 : Store atmosphere berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen pada Diantara Kopi.
- H7 : Service quality berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen pada Diantara Kopi.

HASIL DAN DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai *store atmosphere* dan *service quality* terhadap loyalitas konsumen Diantara Kopi melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*. Sebelumnya telah dilakukan penelitian serupa oleh Kumala et al (2016) dan diperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa semua variabel independen yaitu *store atmosphere*, *service quality*, dan harga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, serta kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen. Hasil tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang diperoleh penulis. Penulis mendapatkan hasil bahwa *service quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Penjelasan mengenai hasil dari penelitian ini akan dijabarkan lebih rinci dalam penjelasan dibawah ini:

***Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.**

Hipotesis ini dibuktikan dengan hasil nilai *original sample estimate* sebesar 0,477 dengan nilai t-statistik $3,985 > t\text{-tabel } 1,98$ serta *p-values* $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi 5%. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2014) yang mengatakan bahwa *mood* dan kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Pemilihan lokasi dinilai sangat penting untuk kelangsungan hidup sebuah usaha yang ada pada saat ini dikarenakan lokasi yang strategis memudahkan seorang konsumen untuk menjangkau tempat usaha tersebut. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis juga ditunjukkan bahwa konsumen merasa nyaman dengan suasana yang diberikan Diantara Kopi. Konsumen dapat bersantai dalam waktu yang cukup lama di Diantara Kopi. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* mempengaruhi kepuasan konsumen dan kenyamanan konsumen. ***Service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.**

Hipotesis ini dibuktikan dengan hasil pengujian nilai *original sample estimate* sebesar 0,386 dengan nilai t-statistik $2,927 > t\text{-tabel } 1,98$ serta *p-values* $0,004 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi 5%. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithmal dan Bitner (2017) yang mengatakan bahwa faktor utama dalam kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Saat konsumen merasa senang dengan layanan yang diberikan, maka tentu akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan konsumen tersebut.

***Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.**

Hipotesis ini dibuktikan dengan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa nilai *original sample estimate* sebesar 0,562 dengan nilai t-statistik $5,282 > t\text{-tabel } 1,98$ serta *p-values* $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan tingkat signifikansi 5%. Menurut Lamb et al (di dalam Purnomo, 2017), *store atmosphere* mempunyai tujuan tertentu yaitu membuat konsumen merasa nyaman dan puas dengan toko kita dan kemudian akan terjadi transaksi berulang. Diantara Kopi menunjukkan mereka berhasil menciptakan *store atmosphere* yang membuat konsumen merasa puas dan betah berlama-lama berada di Diantara Kopi. Sehingga, konsumen menjadi loyal dan terus kembali ke Diantara Kopi. Hal tersebut sejalan dengan pemaparan oleh Chen & Hsieh (2011) yang mengatakan bahwa dominasi lingkungan dapat secara signifikan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen yang tidak hanya akan berdampak pada teori perusahaan ritel, tetapi juga berkorelasi erat dengan loyalitas konsumen.

***Service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.**

Hipotesis ini ditolak dikarenakan hasil pengujian nilai *original sample estimate* sebesar 0,060 dengan nilai t-statistik $0,603 < t\text{-tabel } 1,98$ serta *p-values* $0,547 > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *service quality* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Bawa et al. (2013) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan pelanggan yang akhirnya mengarah pada terciptanya loyalitas pelanggan. Teori tersebut tidak sejalan dengan keadaan Diantara Kopi dikarenakan berdasarkan hasil observasi ditemukan bahwa peran *service quality* di Diantara Kopi tidak dominan, di mana peran karyawan hanya sampai dengan pengantaran produk pemesanan, selebihnya konsumen menikmati waktunya sendiri atau dengan temannya di Diantara Kopi. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *service*

quality sesungguhnya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen Diantara Kopi.

Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.

Hipotesis ini dibuktikan dengan hasil pengujian nilai *original sample estimate* sebesar 0,281 dengan nilai t-statistik 2,654 > t-tabel 1,98 serta *p-values* 0,008 < 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (2018, p. 32) yang mengatakan bahwa: “Kepuasan merupakan kunci awal dari munculnya rasa loyalitas dalam konsumen”. Sehingga, kepuasan konsumen mampu menentukan apakah seorang konsumen dapat menjadi konsumen yang loyal terhadap usaha kita setelah menerima pelayanan dari kita.

***Store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen pada Diantara Kopi.**

Hipotesis ini dibuktikan dengan hasil pengujian *Specific Indirect Effects* memperoleh nilai *original sample estimate* sebesar 0,134 dan nilai t-statistik sebesar 2,058 > t-tabel 1.98, *p-values* 0,040 < 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. *Store atmosphere* yang baik mampu membuat konsumen menikmati seluruh proses pembelian yang ditawarkan dan memberikan rasa betah untuk berlama-lama di dalam *cafe* tersebut sehingga akan memunculkan rasa kepuasan yang berujung dengan loyalitas konsumen. Sejalan dengan teori Kotler & Keller (2010) yang menyatakan bahwa konsumen yang sangat puas akan tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru, dan memperbaharui produk yang lama. Selain itu, konsumen akan membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, serta tidak terlalu sensitif terhadap harga. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen.

***Service quality* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen pada Diantara Kopi.**

Hipotesis ini ditolak dikarenakan hasil pengujian *Specific Indirect Effects* memperoleh nilai *original sample estimate* sebesar 0,108 dan nilai t-statistik sebesar 1,930 < 1.98, *p-values* 0,054 > 0,05, yang berarti *service quality* tidak berpengaruh langsung dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Manimaran (2010) yang menemukan bahwa kualitas layanan merupakan pendorong yang penting dalam terciptanya loyalitas pelanggan, selain memberikan dampak tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan hasil yang didapat dari penelitian ini dikarenakan peran *service quality* yang tidak terlalu dominan di Diantara Kopi, sehingga tidak mempengaruhi loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

1. Responden yang paling dominan dalam penelitian ini adalah responden laki-laki maupun perempuan dengan umur 17 – 30 tahun, pendidikan terakhir SMA Sederajat, berstatus sebagai Pelajar/Mahasiswa, tujuan berkunjung untuk nongkrong, dan frekuensi berkunjung sebanyak 3-5 kali.
2. *Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.

Stevany. (2025). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus *Coffee Shop*). *OBIS*, 7(2), 57-69

3. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.
4. *Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.
5. *Service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.
6. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Diantara Kopi secara parsial.
7. *Store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen pada Diantara Kopi.
8. *Service quality* tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen pada Diantara Kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, F. I. (2020). Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Alfamart di Kota Mataram. *Open Jpurnal Systems*, 14(9), 3151–3160.
- Astini, R. (2008). Mediasi dan Pengaruh Switching Cost terhadap Loyalitas Pelanggan. *The Winners*, 9(2), 161. <https://doi.org/10.21512/tw.v9i2.724>
- Bawa, P., Gupta, B. ., & Sharma, B. (2013). Retail Service Quality's Impact on Value Deleverly dan Customer Satisfaction in a Retail Store Envirinment,. *Journal of Marketing & Communication*, 9(1), 37–44.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2018). Retail management : A Strategic Approach. In *Retail management : A Strategic Approach. 1995: Prentice Hall*.
- Catriana, E. (2020). *Ini 3 Subsektor Ekonomi Kreatif yang Jadi Penyumbang Terbesar PDB Indonesia*. Kompas.
- Furoida, F., & Maftukhah, I. (2018). The Influence of Service Quality and Store Atmosphere on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. *Management Analysis Journal*, 7(2), 164–170.
- Gaffar, V. (2007). *Manajemen Bisnis*. Alfabeta.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares (Konsep, Teknik dan Aplikasi)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Google Maps. (2020). Google.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty*.
- Herry, W. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 1(1), 1–10. [http://eprints.mdp.ac.id/303/1/Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang.pdf](http://eprints.mdp.ac.id/303/1/Analisis%20Pengaruh%20Kualitas%20Layanan%20Dan%20Promosi%20Terhadap%20Keputusan%20Konsumen%20Membeli%20Komputer%20Pada%20PT.%20XYZ%20Palembang.pdf)
- Heung, V. C. .;, & Gu., T. (2012). Influence of Restaurant Atmospherics on Patron Satisfaction and Behavioral Intention. *International Journal of Hospitality Management*. 31.
- Hidayahtika, V. (2020). *Kontroversi Peluang Pasar Kopi di Pontianak*.
- Kasali, R. (2010). *Change!* Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing 17th Global Edition. In *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). Marketing Management. *Ebook of Marketing Management 13th Edition*, 1, 662.

Stevany. (2025). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus *Coffee Shop*). *OBIS*, 7(2), 57-69

- Kumala, D. octavia;, Hufon, M., & Khalikussabir. (2016). *Pengaruh Store Atmosphere, Service Quality, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Consina Store Dinoyo)*. 82-94.
- Kusnanto, D. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV Mekar Lestari Karawang. *Value Journal of Management and Business*, 2(2), 281-291.
- Levy, M., Weitz, B. A., & Grewal, D. (2014). *Retailing Management*.
- Listiono, F. I. S., & Sugiarto, S. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Liberia Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1-9.
- Manimaran, S. (2010). Linkage Between Service Quality and Customer Loyalty in Commercial Banks. *Marketing & Communication*, 6(1), 26-35.
- Meldarianda, R., & Lisan S, H. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97-108. <https://media.neliti.com/media/publications/24273-ID-pengaruh-store-atmosphere-terhadap-minat-beli-konsumen-pada-resort-cafe-atmosphe.pdf>
- Melisa, D., & Prasetyo, A. R. (2016). Konsumen Produk the Body Shop Pada Mahasiswi Universitas Diponegoro. *Konsumen Produk the Body Shop Pada Mahasiswi Universitas Diponegoro*, 5(4), 630-633.
- Monicasef. (2019). *Kedai Kopi, Bisnis Masa Kini, Menjanjikan di Masa Depan*. Suara.Com.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan*. 6(2), 1-9.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2012). *Consumer Behavior & Marketing Strategy Ninth Edition*.
- Purnamasari, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*, 5(1), 1-12.
- Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Gen Y pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), 133. <https://doi.org/10.28932/jmm.v16i2.384>
- Roscoe. (1982). *Research Methods For Business*. Mc Graw Hill.
- Salisbury, W. D., Chin, W. W., Newsted, P. R., & Gopal, A. (2002). *Research Report: Better Theory Through Measurement Developing A Scale to Capture Consensus on Appropriation*. *Information Systems Research*.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Parametrik Edisi Revisi*. Elex Media Komputindo.
- Shin, C.-S., Hwang, G.-S., Lee, H.-W., & Cho, S.-R. (2015). The Impact of Korean Franchise Coffee Shop Service Quality and Atmosphere on Customer Satisfaction and Loyalty. *The East Asian Journal of Business Management*, 5(4), 47-57. <https://doi.org/10.13106/eajbm.2015.vol5.no4.47>.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Edisi 23*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Edisi 2*,. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 04(1), 41-53.
- Syahsudarmi, S. (2019a). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Resto

Stevany. (2025). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus *Coffee Shop*). *OBIS*, 7(2), 57-69

Waroeng Steak and Shake Pekanbaru. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. [http://eprints.mdp.ac.id/303/1/Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang.pdf](http://eprints.mdp.ac.id/303/1/Analisis%20Pengaruh%20Kualitas%20Layanan%20Dan%20Promosi%20Terhadap%20Keputusan%20Konsumen%20Membeli%20Komputer%20Pada%20PT.%20XYZ%20Palembang.pdf)

Syahsudarmi, S. (2019b). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Resto Waroeng Steak and Shake Pekanbaru. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran edisi 2*.

Trijono, R. (2015). *Metedologi Penelitian Kuantitatif. Edisi 1*. Papas Sinar Sinanti.

Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Service Marketing: People, Technology, Strategy*.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). Services marketing Integrating Customer Focus Across the Firm Seventh Edition Valarie. In *Business Horizons* (Vol. 51, Issue 3). <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.01.008>

Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>