



## **Pengaruh E-Service Quality dan Nilai Pelanggan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Usaha Dagang MP. Rambe)**

### ***The Influence of E-Service Quality and Customer Value on Business Success (Case Study of MP. Rambe Trading Business)***

**Barita Jogi Rambe\*, Nur Aisyah & Adelina Lubis**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

#### **Abstrak**

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis, apakah *e-service quality* dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada usaha dagang MP. Rambe di Pinangsori. penelitian ini menggunakan asosiatif yang dimana penelitian asosiatif berbentuk pendekatan kuantitatif yang dilihat dari jenis datanya yang diukur menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 pelanggan, sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* jenuh. Pengolahan data menggunakan SPSS 26, dengan pengujian hipotesis analisis regresi linear berganda secara persial (uji t) dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  pada variabel *e-service quality* sebesar  $2,687 > t_{tabel}$  1,984. Sedangkan untuk variabel nilai pelanggan sebesar  $3,727 > t_{tabel}$  1,984 dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,5. Hal itu menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dan perolehan hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,374 atau 37,4%. Berdasarkan dari keseluruhan nilai tersebut maka *e-service quality* dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keberhasilan usaha.

**Kata Kunci:** *E-Service Quality*, Nilai Pelanggan, Keberhasilan Usaha

#### **Abstract**

*The purpose of this research is to find out and analyze whether e-service quality and customer value influence business success in MP trading businesses. Rambe in Pinangsori. This research uses associative research, where associative research takes the form of a quantitative approach which is seen from the type of data which is measured using a Likert scale. The population in this study was 100 customers. The sample in this study used saturated purposive sampling. Data processing uses SPSS 26, by testing the partial linear regression analysis hypothesis (t test) it can be seen that the calculated t for the e-service quality variable is  $2.687 > t$  table 1.984. Meanwhile, the customer value variable is  $3.727 > t$  table 1.984 and the significance level is smaller than 0.5. This shows that  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. And the coefficient of determination results show an Adjusted R Square value of 0.374 or 37.4%. Based on these overall values, e-service quality and customer value have a positive and significant effect on business success.*

**Keyword:** *E-Service Quality*, Customer Value, Business Success

**How to Cite:** Rambe J.B, Aisyah N, Lubis A. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Nilai Pelanggan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Usaha Dagang MP. Rambe Di Pinangsori) Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI), 4(2) 2023: 117-126



## PENDAHULUAN

Kewirausahaan adalah sebuah proses dalam melakukan sesuatu yang baru dengan cara kreatif dan penuh inovasi yang bermanfaat bagi orang lain dan memberikan nilai lebih. Keberhasilan usaha merupakan salah satu dari tujuan utama oleh para pebisnis dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan tergantung kepada keahlian dalam sistem penjualan, produksi, pengelolaan, keuangan maupun dari bernagai faktor lain. Selain itu menurut Aisyah (2021), belajar dari kesalahan akan membantu lebih dari yang mungkin telah diperkirakan sebelumnya. tergantung pula pada kemampuan pemilik usaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar suatu usaha dapat berjalan lancar.

Usaha usaha dagang MP. Rambe hadir pada tahun 2010, yang sering dikenal rambe tembakau. Dikarenakan sebelum berkembangnya usaha usaha dagang MP. Rambe hanya berjualan tembakau kecil-kecilan. Usaha dagang MP. Rambe menyediakan berbagai jenis barang yang dijual dengan harga yang bersaing serta jangkauan terhadap akses pemasaran yang dekat dari keramaian seperti pasar, bandar udara Dr. Fl. Tobing

**Tabel 1. Target Penjualan dan Realisasi Usaha Dagang MP. Rambe 2020-2022**

No	Bulan	Target Penjualan (RP)	Laba (Rp)		
			2020	2021	2022
1	Januari	45.000.000	40.350.000	41.200.000	41.200.000
2	Februari	45.000.000	40.500.000	40.000.000	41.000.000
3	Maret	45.000.000	42.500.000	43.200.000	40.200.000
4	April	45.000.000	41.500.000	46.500.000	47.252.000
5	Mei	45.000.000	43.300.000	50.000.000	51.000.000
6	Juni	45.000.000	39.000.000	43.250.000	44.250.000
7	Juli	45.000.000	44.000.000	44.350.000	44.550.000
8	Agustus	45.000.000	41.000.000	42.000.000	43.000.000
9	September	45.000.000	44.000.000	44.000.000	42.500.000
10	Oktober	45.000.000	44.500.000	44.500.000	42.200.000
11	November	45.000.000	42.000.000	40.000.000	41.500.000
12	Desember	45.000.000	41.600.000	43.000.000	44.000.000
	<b>TOTAL</b>	<b>540.000.000</b>	<b>504.000.000</b>	<b>522.000.000</b>	<b>522.652.000</b>

Sumber: Data UD. MP. Rambe (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa realisasi penjualan usaha UD.Mp.Rambe mengalami penurunan selama pertahun terutama di tahun 2020 dikarenakan pandemi covid-19, akan tetapi peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat mengembalikan target penjualan dengan melakukan beberapa strategi. Salah satunya *e-service quality* yaitu memberikan pelayanan berbasis elektronik berupa memanfaatkan social media ataupun aplikasi untuk memfasilitasi kegiatan berbelanja, pembelian, distribusi dan promosi untuk meningkatkan volume penjuala. Nilai pelanggan, yaitu berupa masukan ataupun motivasi kepada pelaku usaha memberikan pelayanan yang lebih, menciptakan kesetiaan dan retensi pelanggan, pelanggan yang puas dari produk maupun jasa pelayanan yang diperoleh akan memberikan nilai kepada usaha. Tidak hanya itu nilai pelanggan juga dapat menumbuhkan pangsa pasar, untuk itu UD.Mp.Rambe harus dapat menawarkan ragam yang lebih kepada pelanggan dengan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan ditempat lain, akan tetapi volume penjualan masih berfluktuasi.

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini untuk menganalisis apakah *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada usaha dagang MP. Rambe di Pinangsori. Sedangkan apakah dengan adanya nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada usaha dagang MP. Rambe di Pinangsori. Dan untuk mengetahui pengaruh positif secara simultan dari kedua variable *e-service quality* dan nilai pelanggan terhadap keberhasilan usaha pada usaha dagang MP. Rambe di Pinangsori.

Menurut Nasution (2017), Keberhasilan usaha adalah jika dana usahanya bertambah, hasil produksi meningkat, keuntungan bertambah, perputaran dana berkembang cepat serta penghasilan anggota dari perusahaan tersebut bertambah. Menurut Budiarti (2017),

keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Alma (2017), mengemukakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah Keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, Suatu usaha dianggap berhasil jika menghasilkan laba, karena laba merupakan tujuan seseorang yang berbisnis. Adapun beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan usaha menurut Hari dan Bambang (2018), adalah sebagai berikut:

- 1 Laba dan omset (*profit and turnover*)
- 2 Produktivitas dan efisiensi (*Productivity and efficiency*)
- 3 Kredibilitas
- 4 Daya Tarik
- 5 Kekuatan (*power*)

E-service quality didefinisikan sebagai evaluasi dan penilaian konsumen secara menyeluruh mengenai kelebihan dan kualitas pengiriman di pasar virtual. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai upaya pemuasan kebutuhan yang didampingi dengan keinginan konsumen dan ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen tersebut Lestari (2019). Menurut Tresnati (2018), ada beberapa indikator yang menjadi tolak ukur dalam testimoni, yaitu sebagai berikut:

- 1 *Efficiency*
- 2 *Fullfillment*
- 3 *System availability*
- 4 *Privacy*
- 5 *product availability*

Nilai pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang keseimbangan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan manfaat tersebut Buttle (2014). Nilai pelanggan (*customer value*) didefinisikan sebagai perbedaan keuntungan yang didapat pelanggan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan Kotler (2015). Nilai pelanggan merupakan keseluruhan penilaian konsumen terhadap kualitas suatu produk berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diterima dan apa yang diberikan Zeithaml (2013). Nilai pelanggan sebagai persepsi pelanggan tentang apa yang diinginkan sebagai konsekuensi pemakaian suatu produk yang terjadi pada situasi tertentu yang dapat membantu penawaran barang dan jasa sejalan dengan apa yang sejalan dengan apa yang menjadi tujuannya. Konsep nilai pelanggan memberikan gambaran tentang pelanggan suatu perusahaan mempertimbangkan apa yang mereka inginkan dan percaya bahwa mereka memperoleh manfaat dari suatu produk. Adapun beberapa indikator dalam nilai pelanggan menurut Tjiptono (2014), adalah sebagai berikut:

- 1 Nilai emosional (*emotional value*)
- 2 Nilai sosial (*social value*)
- 3 Nilai kualitas (*quality value*)
- 4 Nilai Pelayanan (*service value*)
- 5 Nilai harga (*price value*)

## Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Pembahasan	Hasil Penelitian
1.	Rika Fitriani, Selli Maria Bramana, Evandry Desawana (2022)	Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Percetakan DI Kabupaten Ogan Komering Ulu	Wirasahawan adalah orang yang menjalankan usaha atau mendirikan dan mengelola usaha. Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan produk	Hasil dari penelitian ini bahwa pengaruh jiwa kewirausahaan (X1) dan kreativitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha percetakan di

No	Peneliti	Judul	Pembahasan	Hasil Penelitian
			baru. Keberhasilan usaha berarti kekayaan perusahaan bertambah, hasil produksi bertambah, keuntungan bertambah, perputaran kas bertambah pesat, dan pendapatan mitra bertambah.	Kabupaten Ogan Komering Ulu.
2.	Merry Fithriani, Theresia Marditama (2020)	Pengaruh Kemampuan Entrepreneur Dalam Mengembangkan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha (Suervei Terhadap Pengusaha Di Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bnadung)	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai kemampuan entrepreneur dalam Kembangkan bisnis terhadap keberhasilan usaha di Pusat Industri Rajut Binong Jati Bandung.	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kemampuan entrepreneur berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha di SIRBI Bandung

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif penelitian asosiatif berbentuk pendekatan kuantitatif. Dimana dilihat dari jenis datanya maka penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, namun jika dilihat juga dari penjelasannya maka penelitian menggunakan pendekatan asosiatif. Dimana menurut Sugiyono (2015), penelitian asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel guna mengetahui hubungan atau pengaruh yang satu dengan yang lain.

Lokasi penelitian dilakukan pada konsumen usaha dagang MP. Rambe yang berdomisili di Pinangsori Kecamatan Pinangsori, Kabupaten Tapanuli Tengah Sumatera Utara 22654. Penelitian ini dilakukan pada usaha dagang MP. Rambe estimasi penelitian ini dilaksanakan pada bulan 15 desember 2022 samapai dengan 10 Maret 2023. Menurut penelitian Sugiyono, (2017) Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas subjek dan obek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu ditetapkan oleh peneliti agar dapat dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini terletak pada konsumen atau pelanggan usaha dagang MP. Rambe di Pinangsori di kecamatan Pinangsori Kabupaten Tapanuli Tengah yang berjumlah 100 pelangga.

Menurut Sugiyono (2017), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang termasuk dalam populasi. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini ialah nonprobability sampling menggunakan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan agar memenuhi kriteria.

## Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2017), sumber data merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Sumber data dalam penelitian ini ialah data primer yang diperoleh oleh peneliti dengan metode kuesioner yang disebar atau disampaikan langsung kepada pada pelanggan di usaha dagang MP. Rameb di Pinangsori kecamatan Pinangsori kabupaten Tapanuli Tengah.

## Teknik Analisis Data

### Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan analisis Pearson Correlation, dimana apabila  $R_{hitung} > R_{tabel}$ , berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Dan apabila  $R_{hitung} < R_{tabel}$ , berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

### Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dan kontrak. Suatu kuesioner dikatakatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang

terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu Ghozali, (2018)

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal Ghozali, (2011). Dalam penelitian ini menggunakan cara analisis plot grafik histogram.

**Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas yang bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

**Uji Normalitas**

Menurut Imam Ghozali, (2018) tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas.

**Uji Analistik**

**Analisis Regresi Linier**

Menurut Priyono, (2015) berpendapat bahwa analisis linier berganda ialah suatu perangkat analisis yang digunakan untuk meramalkan nilai pengaruh dari dua variabel bebas atau lebih terhadap suatu variable terikat.

**Uji Hipotesis**

**Uji Parsial (Uji t)**

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variable bebas terhadap variable terikat dengan asumsi bahwa variable lain dianggap konstanta, dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ )

**Uji Koefisien Determinan (R2)**

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (*Adjusted R2*) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variable terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variable terikat dipengaruhi oleh variable bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ( $0 < Adjusted R2 < 1$ ), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variable terikat.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

**Hasil Uji Validitas**

**Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas**

Variabel	Butir Pernyataan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan	Status
E-Service Quality (X1)	ESQ1	0,549	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
	ESQ2	0,325	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
	ESQ3	0,623	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
	ESQ4	0,625	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
	ESQ5	0,627	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
Nilai Pelanggan (X2)	NP1	0,654	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
	NP2	0,597	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
	NP3	0,452	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
	NP4	0,493	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
	NP5	0,545	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
Keberhasilan Usaha (Y)	KU1	0,651	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
	KU2	0,544	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
	KU3	0,405	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
	KU4	0,505	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid
	KU5	0,612	0,196	R <sub>hitung</sub> > R <sub>tabel</sub>	Valid

Pada Tabel pengujian validitas penyebaran kuesioner dalam uji validitas diberikan kepada 30 pelanggan atau responden diluar dari sampel penelitian. Dengan syarat minimum uji validitas untuk dianggap memenuhi syarat adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Jadi, apabila korelasi antara butir pernyataan dengan skor total kurang dari  $0,361$  maka pernyataan dalam instrument tersebut tidak valid. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner memiliki nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$  yang artinya seluruh pernyataan yang digunakan dan disebar dalam kuesioner.

### Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 4. Hasil Pengujian Reliabilitas**

Item Kuesioner	Kriteria Kesimpulan			Keterangan
	Cronbach Alpha Hitung	R Tabel	N of items	
<i>E-Service Quality</i>	0,421	$0,421 < 0,60$	5	Cukup Reliabel
Nilai Pelanggan	0,416	$0,416 < 0,60$	5	Cukup Reliabel
Keberhasilan Usaha	0,396	$0,396 < 0,60$	5	Cukup Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2023)

Pada tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat lihat dari nilai variable e-service quality (X1) sebesar  $0,421 < 0,60$  sedangkan untuk variabel nilai pelanggan (X2) sebesar  $0,421 < 0,60$  dan variabel keberhasilan usaha (Y) sebesar  $0,396 < 0,60$ . Oleh karena itu jika nilai reabilitas mendekati 1, maka instrumen penelitian semakin baik.

### Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas Data

**Tabel 5. Hasil Pengujian Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.29322667
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.043
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2023)

Pada Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 dan diatas nilai signifikansi (0,05) hal ini berarti variabel residual data berdistribusi normal. Selain itu hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,374 sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini kedua variabel *e-service quality* dan nilai pelanggan memiliki kontribusi terhadap keberhasilan usaha sebesar 37,4%. Sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki kontribusi yang cukup baik.

**Uji Multikolinieritas**

**Tabel 6. Hasil Pengujian Multikolinieritas**

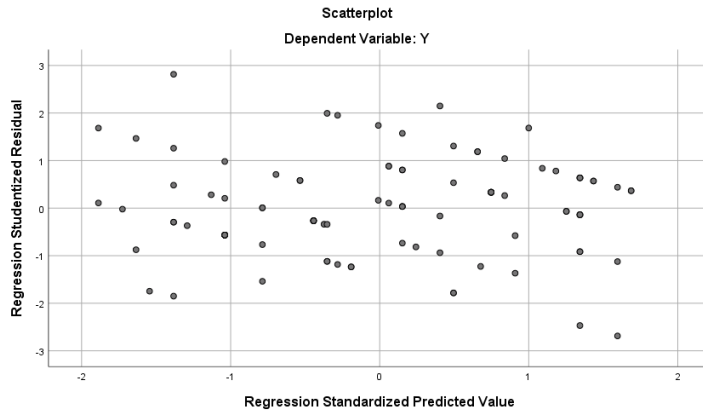
Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	8.497	1.714		4.956	.000		
	<i>E Service Quality</i>	.259	.096	.285	2.687	.008	.562	1.780
	Nilai Pelanggan	.353	.095	.395	3.727	.000	.562	1.780

a. Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2023)

Pada Hasil Pengujian Multikolinieritas terbukti bahwa variabel *E-Service Quality* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,56 > 0,1 dengan nilai VIF sebesar 1,78 < 10 dan variabel Nilai Pelanggan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,56 > 0,1 dengan nilai VIF sebesar 1,78 < 10. Maka terbukti bahwa semua variabel bebas pada penelitian ini tidak menunjukkan adanya multikolinieritas, yang ditunjukkan dengan nilai *tolerance* mendekati 1, dan VIF tidak lebih dari 10

**Uji Heteroskedastisitas**



**Sumber: Data diolah dengan SPSS (2023)**

**Gambar 3. grafik Scatterplot**

Pada Pada gambar grafik Scatterplot 4.4 diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk adanya pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini terbukti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada analisis regresi, sehingga analisis regresi sangat layak dipakai untuk memprediksi keberhasilan suatu usaha.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 7. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.497	1.714		4.956	.000
	<i>E Service Quality</i>	.259	.096	.285	2.687	.008
	Nilai Pelanggan	.353	.095	.395	3.727	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2023)

Pada Tabel Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda  
Konstanta bernilai 8,497  
Koefisien (*E-Service Quality*) diperoleh nilai 0,259  
Koefisien (Nilai Pelanggan) 0,353

**Uji Hipotesis**  
**Uji Parsial (Uji t)**

**Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.497	1.714		4.956	.000
	<i>E Service Quality</i>	.259	.096	.285	2.687	.008
	Nilai Pelanggan	.353	.095	.395	3.727	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2023)

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t) dapat dilihat bahwa variabel bebas e-service quality menunjukkan terdapat pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha, hal ini dapat dilihat pada nilai t hitung sebesar 2,687 > t tabel 1,984. Dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,5 (0,00 < 0,05). Dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,259, sehingga uji ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha

**Uji Signifikansi Simultan (Uji -F)**

**Tabel 9. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji -F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104.429	2	52.214	30.590	.000 <sup>b</sup>
	Residual	165.571	97	1.707		
	Total	270.000	99			

a. Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha  
b. Predictors: (Constant), Nilai\_Pelanggan, E\_Service\_Quality

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2023)

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji -F) dapat dilihat bahwa perolehan hasil uji simultan menunjukkan nilai Fhitung sebesar 30,590 > Ftabel 3,09 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00 < 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa e-service quality dan nilai pelanggan dalam penelitian ini secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

**Koefesien determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 10. Hasil Koefesien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 <sup>a</sup>	.387	.374	1.30649

a. Predictors: (Constant), Nilai\_Pelanggan, E\_Service\_Quality

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2023)



Hasil Uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa perolehan hasil menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,374% atau 37,4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini *e-service quality* dan nilai pelanggan memiliki kontribusi usaha pada UD. Mp.Rambe sebesar 37,4% sedangkan sisanya 62,65% lagi diperoleh dari variabel variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Berdasarkan Tabel Uji Signifikansi Parsial menunjukkan bahwa variabel bebas *e-service quality* terhadap keberhasilan usaha mempunyai nilai signifikansi parsial (uji-t) sebesar 2,687 dan  $t_{\text{tabel}}$  bernilai 1,984. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa dengan adanya *e-service quality* dapat mempermudah pelanggan dalam berbelanja mencari informasi barang yang dibutuhkan, mencari informasi naik atau turunnya suatu harga barang sehingga mempermudah pelanggan dalam menyeimbangi harga yang bersaing. *E-service quality* bisa menjadi salah satu sarana pemererat hubungan antara penjual dan pembeli, saat harapan dan keinginan konsumen terpenuhi, maka konsumen akan merasa uang yang dibelanjakan sebanding dengan keinginan dan harapan konsumen.

Berdasarkan Tabel Uji Signifikansi Parsial menunjukkan bahwa variabel bebas nilai pelanggan terhadap keberhasilan usaha mempunyai nilai signifikansi parsial (uji-t) sebesar 3,727 dan  $t_{\text{tabel}}$  bernilai 1,984. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa dengan adanya nilai pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan retensi pelanggan, pelanggan yang puas dari produk maupun jasa pelayanan yang diperoleh dan akan memberikan nilai kepada usaha. dan pelanggan akan menceritakan hal-hal yang baik tentang produknya kepada orang lain. Tidak hanya itu nilai pelanggan juga dapat menumbuhkan pangsa pasar, untuk itu usaha dagang MP. Rambe harus dapat menawarkan ragam yang lebih kepada pelanggan. Nilai pelanggan juga dapat membantu ekuitas pelanggan sehingga menjadi ukuran kinerja terhadap usaha dagang MP. Rambe yang lebih baik daripada penjualan sebelumnya.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa secara simultan bahwa variabel *e-service quality* dan nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha pada usaha dagang MP. Rambe di Pinangsori. Hal ini dapat disimpulkan dari hasil pengujian signifikansi simultan (Uji-F) dengan perolehan  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 30,590 dan nilai  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 3,09. Artinya  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $30,590 > 3,09$ ) dengan tingkat signifikansi (Sig.)  $0,00 < 0,05$ ). Selain itu hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,37

Sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki kontribusi yang cukup baik 37,4% terhadap keberhasilan usaha. Maka dari itu bila usaha dagang MP. Rambe mampu menerapkan dan mengembangkan strategi dari variabel *e-service quality* dan nilai pelanggan akan memberikan dampak yang sangat baik bagi usaha dagang MP. Rambe dalam meningkatkan penjualan agar target laba yang telah ditetapkan usaha tercapai.

### SIMPULAN

Dari hasil (uji t) parsial variabel *e-service quality* terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha, dimana nilai  $t_{\text{hitung}}$  2,687 >  $t_{\text{tabel}}$  1,984 artinya semakin tinggi variabel *E-Service Quality* akan mempengaruhi keberhasilan usaha. Sedangkagn untuk variabel nilai pelanggan terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha, yang dimana nilai  $t_{\text{hitung}}$  3,727 >  $t_{\text{tabel}}$  1,984. Artinya semakin tinggi variabel Nilai Pelanggan akan mempengaruhi keberhasilan usaha. Sehingga dari hasil (uji F) simultan dengan perolehan  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 30,590 dan nilai  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 3,09. Artinya bahwa kedua variabel tersebut memiliki kontribusi yang cukup baik 37,4% terhadap keberhasilan usaha. Maka dari itu bila UD. MP. Rambe mampu menerapkan dan mengembangkan strategi dari variabel *e-service quality* dan nilai pelanggan akan memberikan dampak yang sangat baik dalam meningkatkan penjualan agar target laba yang telah ditetapkan usaha tercapai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N. (2021). Meningkatkan Kinerja Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep & Studi Kasus.
- Aisyah, N. (2019). Menggali Potensi Diri. Repository Medan Area University, 1–95. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/12598>
- Ashoer, M. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pelanggan Situs Toko Online Brodo. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 15(3), 238–251. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i3.4543>
- Arliani, L., Indrayani, L., & Tripalupi, L. E. (2019). Pengaruh Perilaku Pelaku Usaha dan Modal Usaha Terhadap Keberhasilan UMKM di Desa Tukad Sumaga Kecamatan Gerokgak Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(2), 427–436. <https://doi.org/10.23887/JJPE.V11I2.21520>
- Arifah, N. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsume dan Repurchase Intention Pada Toko Akuniwashop Klaten Di Marketplace Shopee. File:///C:/Users/VERA/Downloads/ASKEP\_AGREGAT\_ANAK\_and\_RE MAJA\_PRINT.Docx, 21(1), 1–9.
- Almaidah, S., Endarwati, T., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bhakti, A. (2019). Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal, Motivasi, Pengalaman, dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UKM Penghasil Mete di Kabupaten Wonogirik. *Edusaintek*, 3(0). <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/edusaintek/article/view/224>
- Budiarti, S. A. (2017). Bab II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis. i, 16–45.
- Dinda Lestari (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Lazada Pada Masyarakat kota Medan. (n.d.) <https://123dok.com/id/docs/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-keputusan-menggunakan-aplikasi-masyarakat.9101963>
- Ghozali, I. (n.d.) (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Retrieved June 23, 2023, from [https://openlibrary.org/books/OL38628194M/Aplikasi\\_Analisis\\_Multivariate\\_Dengan\\_Program\\_IBM\\_SPSS\\_25\\_\(9th\\_ed\)](https://openlibrary.org/books/OL38628194M/Aplikasi_Analisis_Multivariate_Dengan_Program_IBM_SPSS_25_(9th_ed))
- Iffan, M. (2022). The Influence Of Entrepreneurship Orientation and Product Diversification On Business Success. 3(2), 46–55.
- Lolang, En. (2014). ) yaitu hipotesis yang akan diuji. Biasanya, hipotesis ini merupakan pernyataan yang menunjukkan bahwa suatu parameter populasi memiliki nilai tertentu. *Jurnal Kip*, 3(3), 685–696.
- Lokasi Usaha (Pengertian, Tujuan, Jenis, Aspek dan Faktor Pemilihan). (2020). Muchlisin Riadi. <https://www.kajianpustaka.com/2020/12/lokasi-usaha.html?m=1>
- Mokoagouw, A., Massie, J., & Wenas, R. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 241–258. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/20142>
- Nanda. (2021). Kualitas Pelayanan Adalah: Tujuan, Fungsi dan Cara Mengukur. (n.d.).
- Rika, F., Bramana, S. M., & Evan, D. (2021). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Percetakan Di Kabupaten Ogan. *Kolegial*, 9(2), 140–151. <http://journals.stiedwisakti.ac.id/ojs/index.php/kolegial/article/view/172>
- Sarifuddin. T, Cahyaning Raheni, Setiawan Mandala Putra, & Ni Nyoman Lilik. (2022). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Makeup. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(2), 272–277. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2614>
- Sena Wahyu Purwanza. (2022). Konsep Dasar Metode Riset Kuantitatif. In Arif Munandar (Ed.), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. PT. Media Sains Indonesia.
- Sifa, N. N. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat. *Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan*, 53(9), 1689–1699.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Sampling Jenuh: Pengertian – Ciri dan Contoh Penelitian yang Menggunakannya*.
- Suryana. (n.d.) (2013). *Ekonomi kreatif, ekonomi baru* by Suryana | Open Library. Retrieved June 23, 2023, from [https://openlibrary.org/books/OL30665810M/Ekonomi\\_kreatif\\_ekonomi\\_baru](https://openlibrary.org/books/OL30665810M/Ekonomi_kreatif_ekonomi_baru)
- Susanto, H., & Suhariadi. (2022). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Percetakan di Sampit. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 46–56. <https://jurnal.stie-sampit.ac.id/index.php/Ojs/article/view/87>