Pengaruh Pelayanan Admin *E-Commerce* dalam Menjawab Pertanyaan *Customer* Terhadap Kemajuan Usaha Digital *Printing*

*The Effect of E-Commerce Admin Services in Answering Customer Questions on Digital Printing Business Progress*

**Rizki Ambarwati**1**, Afifatus Sholikhah**2

1 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitan Terbuka

2 Tuton Universitas Terbuka dan Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

|  |  |
| --- | --- |
| **Article info: Review Article**  DOI :  [https://doi.org/10.55732/UNU.TJJ.2024.03.01.1](https://doi.org/10.55732/UNU.TJJ.2024.02.01.1)  Kata kunci:  Digital Printing, E-Commerce, Kemajuan Usaha, Pelayanan Admin  Keywords:  Digital Printing, E-Commerce, Business Progress, Admin Services  **Article history:**  Received: 06-12-2024  Accepted: 01-05-2025  \*)Koresponden email: 043371905@ecampus.ut.ac.id  (c) 2025 Rizki Ambarwati  Creative Commons License  Creative Commons Licence  This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) | **Abstrak**  *E-commerce* telah berkembang pesat dan menjadi pilihan utama konsumen, termasuk dalam usaha digital *printing*. Pelayanan admin yang cepat, jelas dan responsif menjadi faktor penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung pertumbuhan usaha. Penelitian ini menganalisis pengaruh pelayanan admin *e-commerce* terhadap kemajuan usaha digital *printing*, dengan fokus pada kecepatan tanggapan, kejelasan informasi, dan sikap pelayanan dalam meningkatkan penjualan, jumlah pelanggan tetap, dan loyalitas pelanggan. Menggunakan pendekatan kuantitatif, sampel diambil melalui teknik *simple random sampling* dan data dikumpulkan dengan kuesioner. Analisis dilakukan menggunakan SPSS dengan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan admin *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kemajuan usaha digital *printin*g. Hasil uji t menunjukkan t\_(hitung) = 3,955 > t\_(tabel) = 1,313 dengan signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat dan informatif dapat mempercepat pertumbuhan usaha. Kualitas pelayanan admin juga meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas, dengan koefisien regresi 0,530. Temuan ini menegaskan pentingnya pelayanan admin dalam mendorong perkembangan bisnis digital *printing*.  ***Abstract***  *E-commerce has grown rapidly and become the main choice of consumers, including in the digital printing business. Fast, clear, and responsive admin services are important factors to increase customer satisfaction and support business growth. This study analyzes the effect of e-commerce admin services on the progress of digital printing businesses, focusing on the speed of response, clarity of information, and service attitude in increasing sales, the number of repeat customers, and customer loyalty. Using a quantitative approach, the sample was taken through simple random sampling technique and data was collected by questionnaire. The analysis was conducted using SPSS with the t test. The results showed that e-commerce admin services have a significant effect on the progress of digital printing businesses. The t-test results show t\_count= 3.955 > t\_(table)= 1.313 with a significance of 0.000, which indicates that fast and informative services can accelerate business growth. The quality of admin services also increases customer satisfaction and loyalty, with a regression coefficient of 0.530. This finding confirms the importance of admin services in driving digital printing business development.* |
|  |  |

1. **Pendahuluan**

Era digitalisasi mendorong manusia untuk menggunakan teknologi digital secara keseluruhan. Era digital menjadi pilihan yang utama bagi sebagian banyak konsumen dalam memenuhi kebutuhan. Salah satu bidang usaha yang berkembang dengan perkembangan teknologi digital adalah usaha di bidang *e-commerce* salah satunya digital *printing*. *E-commerce* membuat pembeli yang sibuk dan tidak mempunyai waktu ke toko menjadi mudah, serta menghemat waktu dan tenaga dalam mencari atau membeli barang yang dibutuhkan (Insana & Johan. 2020).

Perkembangan *e-commerce* menjadikan konsumen yang awalnya berbelanja secara tatap muka dapat dilakukan melalui online dengan penggunaan alat trasansaksi seperti *handphone*, laptop, komputer dan lainnya. Konsumen hanya perlu memilih barang yang diperlukan pada situs *e-commerce* yang diinginkan. Menurut laporan terbaru dari (DataIndonesia.id. 2024), hingga Juli 2024, Shopee menjadi *e-commerce* dengan pengunjung terbanyak se-Indonesia, mencapai 125,5 juta kunjungan. Disusul Tokopedia dengan 77,6 juta kunjungan, Blibli sebesar 28,8 juta kunjungan, Lazada sebanyak 27,8 juta kunjungan, dan Bukalapak dengan 7,1 juta kunjungan. Data ini menunjukkan dominasi *platform e-commerce* dalam mendukung berbagai aktivitas bisnis, termasuk digital *printing*. Pelayanan admin yang responsif terhadap pertanyaan pelanggan adalah salah satu factor penting guna meningkatkan daya saing dan kesuksesan sebuah usaha.

Sejak 2020, pengguna *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatkan akses masyarakat terhadap teknologi digital. Pada 2023, pengguna *e-commerce* di Indonesia telah mencapai angka 58,63 juta pengguna. Pertumbuhan ini tidak hanya dipengaruhi oleh perubahan pola konsumsi masyarakat tetapi juga oleh inovasi dan kemudahan yang ditawarkan oleh *platform e-commerce*. Berdasarkan proyeksi, jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia akan terus bertambah hingga mencapai 99,1 juta pengguna pada tahun 2029 (Kementerian Perdagangan. 2024). Tren positif ini memberikan peluang besar bagi berbagai sektor bisnis, termasuk digital *printing*, yang kini semakin bergantung pada pelayanan admin yang cepat dan responsif dalam menjawab pertanyaan pelanggan untuk meningkatkan kualitas layanan serta daya saing usaha.

Layanan digital *printing* secara online atau tanpa harus bertatap muka memudahkan pelanggan untuk memesan produk yang diinginkan kapanpun dan dimanapun. Dalam *e-commerce*, kualitas pelayanan akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang kemudian akan meningkatkan penjualan layanan digital *printing*. Salah satu kualitas pelayanan yang sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah layanan admin pelanggan atau admin *e-commerce*. Layanan admin pelanggan dalam bidang usaha *e-commerce* diharapkan cepat dalam memberikan tanggapan atau respon atas pertanyaan konsumen, menjawab dengan tepat dan tanpa ragu-ragu, memberikan informasi dengan detail dan lugas, serta memiliki sifat yang ramah dan bersahaja dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan.

*E-commerce* menurut Novitasari (2020) merupakan penjualan atau transaksi yang dilakukan melalui media elektronik maupun media sosial yang melibatkan pembeli dengan penjual dalam suatu proses jual beli berbagai produk dengan menggunakan media elektronik sebagai media perantara. *E-commerce* merupakan sebuah proses yang melibatkan transaksi pembelian dan penjualan produk, baik antara konsumen maupun perusahaan dengan peran barang elektronik (komputer atau *handphone*) sebagai media penghubung dalam kegiatan bisnis (Gustina et al. 2022). E-commerce adalah sebuah proses terjadinya transaksi dan pemasaran barang/jasa yang dilakukan dengan sistem berbasis teknologi dan memanfaatkan jaringan digital untuk mendukung aktivitas bisnis secara efisien (Sidharta & Suzanto. 2015).

*E-commerce* berperan sebagai media yang penting bagi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dengan mengintegrasikan proses pemasaran, penjualan, dan distribusi secara digital, memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat global, menyediakan layanan pelanggan yang lebih cepat dan personal, serta menciptakan strategi yang unggul untuk bersaing di tengah dinamika pasar yang terus berkembang (Nasution et al. 2021). *E-commerce* menurut Laudon dan Traver merupakan pemanfaatan teknologi internet untuk menjalankan transaksi jual beli yang berbasis teknologi antar organisasi dengan individu, yang melibatkan pertukaran uang secara elektronik, serta didukung oleh delapan fitur unik yaitu aksesbilitas, jangkauan pasar global, penerapan standar universal, kemampuan menyampaikan informasi secara mendalam, interaksi dua arah yang aktif, keterjangkauan informasi, kemampuan personalisi dan layanan serta pemanfaatan teknologi sosial (Affan. 2022).

Digital *printing* merupakan proses pencetakan modern melalui mesin cetak yang dilakukan dengan menggunakan dokumen digital sebagai sumbernya tanpa membutuhkan pembuatan film, pelat atau *screen* dalam menghasilkan suatu gambar atau teks cetakan (Hidayah & Indarti. 2016). Digital *printing* adalah metode pencetakan modern yang mengubah desain digital berupa gambar, teks, ilustrasi, dan warna yang dibuat melalui perangkat komputer, dan langsung mencetaknya pada bahan media menggunakan mesin printer, tanpa memerlukan pelat cetak, sehingga memungkinkan produksi yang lebih cepat, fleksibel, dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan baik untuk cetakan dalam jumlah kecil maupun besar (Saharja & Gobal. 2021).

Kualitas pelayanan merujuk pada setiap aktivitas yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang biasanya bersifat *intangible* dan tidak menghasilkan kepemilikan atas barang tertentu (Kotler & Keller. 2016). Kualitas pelayanan merupakan faktor utama atau salah faktor penting untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam penggunaan barang atau jasa sesuai dengan permintaaan atau keinginan konsumen (Marbun et al. 2022). Kualitas pelayanan menurut Tjiptono menyangkut lima aspek penting yang harus dijalankan yaitu kepastian(*assurance*), keandalan(*reliability*), empati(*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*) dan berwujud(*tangible*) sebagai tolak ukur dalam kualitas pelayanan (Ismail & Yusuf. 2021). Peningkatan kualitas layanan menurut (Hafidz & Muslimah. 2023) sering dipandang oleh perusahaan sebagai bentuk investasi strategis, karena dapat mendatangkan lebih banyak pelanggan, meningkatkan volume penjualan per pelanggan, dan secara keseluruhan mendorong profitabilitas yang lebih tinggi.

Berdasarkan penjelasan dasar pemikiran yang telah disampaikan, masalah yang dirumuskan untuk penelitian ini, apakah terdapat pengaruh pelayanan admin *e-commerce* dalam menjawab pertanyaan konsumen terhadap kemajuan usaha digital printing? Apakah pelayanan admin *e-commerce* seperti kecepatan tanggapan, kejelasan dalam menyampaikan informasi dan sikap pelayanan dalam menjawab pertanyaan *customer* berpengaruh terhadap kemajuan usaha digital *printing* seperti peningkatan penjualan, jumlah pelanggan tetap, tingkat kepuasan pelanggan, dan loyalitas yang berdampak kepada pertumbuhan usaha digital *printing*?

1. **Metode**

Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian pengaruh pelayanan admin *e-commerce* dalam menjawab pertanyaan *customer* terhadap kemajuan usaha digital *printing* adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang terstruktur dan sistematis dalam memperoleh pemahaman, di mana data berbentuk angka dijadikan patokan dalam menganalisis dan mengevaluasi sebuah informasi yang berkaitan dengan pertanyaan yang diajukan.

## Populasi & Sampel Penelitian

Populasi merujuk pada keseluruhan individu, objek, atau entitas yang mempunyai karakteristik dan jumlah jelas, yang menjadi subjek atau unit yang diteliti dalam suatu penelitian (Sugiyono. 2019). Populasi ini bisa meliputi orang, benda, lembaga, peristiwa, atau hal-hal lain yang memberikan informasi penting bagi penelitian, yang nantinya akan dianalisis dan digunakan untuk menarik kesimpulan yang relevan (Wijaya et al. 2023). Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen usaha digital *printing* “Oh! Print”.

Menurut Sugiyono (2019) sampel merujuk dari beberapa populasi yang telah dipilih dengan menggunakan metode tertentu dan dianggap mewakili keseluruhan populasi yang sedang diteliti, dengan memiliki karakteristik atau sifat yang serupa. Sampel yang dipilih harus dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai kondisi atau fenomena dalam populasi secara keseluruhan. Salah satu teknik dalam pengambilan sampel adalah sampel jenuh, yaitu semua anggota populasi yang relevan akan digunakan sebagai sampel penelitian. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *simple random sampling,* yaitu teknik pengambilan sampel secara acak, di mana tiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang serupa untuk terpilih sebagai sampel penelitian. Teknik ini bertujuan untuk meminimalisir bias dalam pemilihan sampel dan meningkatkan representativitas hasil penelitian terhadap populasi yang lebih luas.

## Variabel Dependen & Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2019) variabel dependen atau sering disebut sebagai variabel terikat (Y), adalah variabel yang terpengaruhi oleh perubahan yang terjadi pada variabel independen. Variabel dependen yang diteliti adalah kemajuan usaha digital *printing* (Y), yang dapat dipengaruhi oleh pelayanan admin *e-commerce*, khususnya dalam menjawab pertanyaan customer. Dengan kata lain, perubahan dalam kualitas pelayanan admin *e-commerce* dalam merespon pertanyaan pelanggan dapat berdampak langsung pada perkembangan dan kemajuan bisnis digital *printing*, baik dari segi peningkatan penjualan, kepuasan pelanggan, maupun daya saing usaha tersebut.

Variabel independen dikenal sebagai variabel bebas (X), merupakan faktor atau elemen yang memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen (Sugiyono. 2019). Variabel ini tidak dipengaruhi oleh variabel lain, namun menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen. Pada penelitian ini, kualitas pelayanan (X) merupakan variabel independen yang diteliti, dikarenakan merujuk pada bagaimana pelayanan admin *e-commerce*, khususnya dalam menjawab pertanyaan pelanggan, dapat mempengaruhi kemajuan usaha digital *printing*. Kualitas pelayanan yang baik dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan akan mendorong kemajuan dan perkembangan bisnis.

## Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner) melalui *Google Form* kepada responden, yang memungkinkan responden untuk memilih dan mengirimkan jawaban. Setiap pertanyaan memiliki lima alternatif jawaban menggunakan *skala Likert*. Kuesioner digunakan dalam pengumpulan data karena efektif untuk menganalisis dan mempelajari sikap, perilaku, keyakinan dan karakteristik individu, yang dapat dipengaruhi baik oleh sistem yang diajukan maupun sistem yang sudah ada sebelumnya, sehingga memungkinkan pengumpulan informasi yang relevan dari sekelompok orang yang menjadi objek penelitian (Gustina et al. 2022).

## Teknik Analisa Data

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengumpulkan, mengorganisir, dan menyajikan data agar memperoleh pemahaman yang mendalam dan jelas tentang subjek yang sedang diteliti, dengan menggunakan data dari kuesioner yang telah diisi oleh responden sebagai sumber utama (Sugiyono. 2019). Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Program for Social Science* (*SPSS*) versi 25, yang melibatkan serangkaian uji, seperti uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen penelitian, uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* untuk menguji distribusi data, serta uji regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen. Selain itu, dilakukan uji signifikansi parsial (Uji t) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel, dan uji koefisien determinasi (*R-Square*) untuk melihat seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

1. **Hasil dan Pembahasan**

Data penelitian diperoleh dari 30 responden, terdiri atas 18 laki-laki (60%) dan 12 perempuan (40%). Para responden adalah pelanggan aktif yang telah menggunakan jasa digital *printing* melalui *platform e-commerce* dalam enam bulan terakhir. Responden berada pada rentang usia produktif 18–35 tahun, dengan distribusi usia 40% (12 orang) berusia 18–25 tahun, 50% (15 orang) berusia 26–35 tahun, dan 10% (3 orang) berusia di atas 35 tahun. Kriteria pemilihan responden dilakukan secara purposif, dengan syarat mereka pernah berinteraksi dengan admin melalui fitur komunikasi seperti *live chat* atau pesan langsung di *platform e-commerce*.

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner daring yang terdiri atas dua variabel utama, yaitu kualitas pelayanan admin *e-commerce* dan kemajuan usaha digital *printing*. Indikator kualitas pelayanan admin meliputi kecepatan respon, ketepatan informasi, keramahan, serta kemampuan menjawab pertanyaan customer secara komprehensif. Sementara itu, kemajuan usaha diukur melalui tingkat kepuasan pelanggan, frekuensi transaksi berulang, loyalitas pelanggan, dan potensi rekomendasi kepada orang lain.

## Uji Validitas

Hasil uji validitas untuk variabel independen, yaitu pelayanan admin , ditampilkan pada Tabel 1. Uji validitas ini dilakukan menggunakan uji *Pearson* dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 dan melibatkan sampel sebanyak 50 responden. Berdasarkan pengujian, diperoleh nilai sebesar 0,361. Ketika nilai dari setiap item pernyataan pada variabel dibandingkan dengan nilai , semua item menunjukkan bahwa nilai lebih besar dari . Selain itu, seluruh item memiliki nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000, yang berarti berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan uji validitas Pearson dan analisis tingkat signifikansi, seluruh item pada variabel pelayanan admin dinyatakan valid.

Rincian hasil uji validitas setiap item pernyataan pada variabel pelayanan admin dapat dilihat pada Tabel 1. Semua item, mulai dari hingga , memiliki nilai yang berkisar antara 0,471 hingga 0,833, yang menunjukkan bahwa korelasi setiap item sangat signifikan. Sebagai contoh, item memiliki nilai sebesar 0,638, item memiliki nilai tertinggi dengan sebesar 0,833, dan item memiliki nilai terendah dengan sebesar 0,471. Meskipun terdapat variasi dalam nilai , semua nilai memenuhi kriteria validitas karena berada di atas (0,361) dan memiliki tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian, hasil uji validitas ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel pelayanan admin dapat digunakan dalam analisis lanjutan karena telah memenuhi kriteria validitas baik berdasarkan uji Pearson maupun uji signifikansi.

**Tabel 1.** Hasil uji validitas variabel pelayanan admin

| No | Variable | Nilai | Nilai | Signifikasi (Sig) | Kesimpulan uji Validitas Pearson | Kesimpulan Uji validitas Signifikasi (Sig) |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 2 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 3 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 4 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 5 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 6 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 7 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 8 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 9 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 10 |  |  |  |  | Valid | Valid |

*Sumber: Hasil olah data, 2024*

Hasil uji validitas untuk variabel kinerja karyawan disajikan dalam Tabel 2. Uji dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05, menggunakan 50 sampel. Nilai sebesar 0,361 dibandingkan dengan nilai , setiap item. Hasil menunjukkan semua nilai , lebih besar dari , dengan nilai , tertinggi pada item sebesar 0,828 dan terendah pada item sebesar 0,428. Seluruh item juga memiliki nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, semua item dinyatakan valid berdasarkan uji *Pearson* dan signifikansi statistik, sehingga dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut.

**Tabel 2.** Hasil uji validitas variabel kemajuan usaha

| No | Variable | Nilai | Nilai | Signifikasi (Sig) | Kesimpulan uji Validitas Pearson | Kesimpulan Uji validitas Signifikasi (Sig) |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 2 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 3 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 4 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 5 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 6 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 7 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 8 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 9 |  |  |  |  | Valid | Valid |
| 10 |  |  |  |  | Valid | Valid |

*Sumber: Hasil olah data, 2024*

Berdasarkan hasil uji perhitungan validitas, maka semua pernyataan tentang variabel pelayanan admin dan kemajuan usaha disimpulkan valid.

## Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* (α) untuk mengukur konsistensi internal data dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil uji reabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Hasil uji reabilitas

| No | Variable | Nilai | Nilai | Signifikasi (Sig) | Kesimpulan uji Validitas Pearson | Kesimpulan Uji validitas Signifikasi (Sig) |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Pelayanan admin |  |  | Reliabel | Pelayanan admin |  |
| 2 | Kemajuan usaha |  |  | Reliabel | Kemajuan usaha |  |

*Sumber: Hasil olah data, 2024*

Berdasarkan Tabel 3, variabel pelayanan admin memiliki nilai *Cronbach's Alpha* hitung sebesar 0,825, yang jauh melampaui nilai minimum sebesar 0,600. Ini menunjukkan bahwa dalam variabel tersebut memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Demikian pula, variabel kemajuan usaha memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,798, yang juga berada di atas nilai minimum. Kedua variabel ini memenuhi syarat reliabilitas sehingga dianggap dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Hasil uji ini menampilkan instrumen yang digunakan dalam penelitian telah terbukti reliabel untuk kedua variabel utama. Nilai tinggi pada *Cronbach's Alpha* disimpulkan bahwa seluruh item dalam masing-masing variabel saling berkaitan dengan baik dan memberikan pengukuran yang stabil. Data yang dikumpulkan dapat diandalkan untuk digunakan dalam analisis selanjutnya guna menjawab tujuan penelitian dengan akurat dan terpercaya.

## Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk memastikan bahwa hubungan antara variabel independen dan dependen pada analisis regresi memenuhi asumsi distribusi normal. Metode yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov*, dengan hasil pengujian ditampilkan pada Tabel 4. Data yang diuji berupa *unstandardized residual* dari 30 sampel penelitian.

**Tabel 4.** Hasil normalitas menggunakan *kolmogorov smirnov*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* | | |
|  |  | *Unstandardized Residual* |
| *N* |  |  |
| *Normal Parametersa,b* | *Mean* |  |
|  | *Std. Deviation* |  |
| *Most Estreme Differences* | *Absolute* |  |
|  | *Positive* |  |
|  | *Negative* |  |
| *Test Statistic* |  |  |
| *Asymp.Sig. (2-tailed)* |  |  |
| 1. *Test distribution is Normal* 2. *Calculate from data* 3. *Lilliefors Significance Correction* | | |

*Sumber: Hasil olah data, 2024*

Berdasarkan Tabel 4, Parameter normalitas yang dihitung menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,0000000 dengan simpangan baku (*standard deviation*) sebesar 3,02761948. Nilai perbedaan ekstrem (*most extreme differences*) untuk data absolut adalah 0,146, sedangkan nilai positif dan negatif masing-masing sebesar 0,109 dan -0,146. Nilai test statistic yang diperoleh adalah 0,146, dengan signifikansi asimtotik dua arah (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,103.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,103 lebih besar dari tingkat signifikansi yang digunakan, yaitu 0,05 (0,103 > 0,05). Disimpulkan data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Distribusi data yang normal ini mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel independen dan dependen dalam analisis regresi dapat diuji dengan metode yang digunakan. Hal ini memastikan bahwa model regresi yang akan diterapkan valid dan menjawab tujuan penelitian secara statistik.

## Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pelayanan admin terhadap kemajuan usaha. Hasil pengolahan data regresi ditampilkan pada Tabel 5.

**Tabel 5.** Hasil uji analisis regresi linear berganda

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. |
| B | Std.Error | | Beta |
| (Constant) | 21,409 | 5,816 | |  | 3,681 | 0,001 |
| Pelayanan admin | 0,530 | 0,134 | | 0,599 | 3,955 | 0,000 |
| 1. Dependent Variable : Kemajuan usaha | | | | | | |

*Sumber: Hasil olah data, 2024*

Pada Tabel 5, hasil analisis menunjukkan nilai konstanta (intersep) sebesar 21,409, yang menunjukkan nilai dasar dari kemajuan usaha ketika tidak ada pengaruh dari variabel pelayanan admin. Koefisien regresi untuk pelayanan admin adalah 0,530, yang berarti setiap peningkatan satu unit dalam pelayanan admin akan meningkatkan kemajuan usaha sebesar 0,530. Dengan nilai t sebesar 3,955 dan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa pelayanan admin memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemajuan usaha.

Dari hasil analisis, disusun persamaan regresi sebagai berikut: , di mana adalah kemajuan usaha dan adalah pelayanan admin. Persamaan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan admin akan berkontribusi langsung pada kemajuan usaha yang lebih baik. Koefisien regresi yang signifikan mengindikasikan bahwa pelayanan admin memiliki peran penting dalam memajukan usaha dan meningkatkan performa bisnis secara keseluruhan.

## Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji-t digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05, uji-t bertujuan untuk menilai apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial. Metode untuk menghitung nilai dilakukan dengan menggunakan formula , di mana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Berdasarkan perhitungan, nilai yang diperoleh adalah 1,313, yang digunakan sebagai batas untuk membandingkan dengan nilai yang dihasilkan dari analisis data.

**Tabel 6.** Hasil uji signifikansi parsial (Uji-t)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. |
| B | Std.Error | | Beta |
| (Constant) | 21,409 | 5,816 | |  | 3,681 | 0,001 |
| Pelayanan admin | 0,530 | 0,134 | | 0,599 | 3,955 | 0,000 |
| 1. Dependent Variable : Kemajuan usaha | | | | | | |

*Sumber: Hasil olah data, 2024*

Pada Tabel 6, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan admin berpengaruh signifikan terhadap kemajuan usaha. Selain itu, nilai yang diperoleh adalah 3,955, yang lebih besar daripada sebesar 1,313 ). Oleh karena itu, dengan yang lebih besar , hipotesis nol ditolak, dan hipotesis alternatif diterima. Ini mengindikasikan bahwa pelayanan admin berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemajuan usaha.

1. Uji Koefisien Determinasi (R-Square*)*

Uji koefisien determinasi (*R-square*) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen, dalam hal ini pelayanan admin, terhadap variabel dependen kemajuan usaha. Hasil uji ini dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7.** Hasil uji koefisein determinasi (*R-Square*)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Model Summary* | | | | | |
| *Model* | *R* | *R Square* | | *Adjusted R Square* | *Std. Error of the Estimate* |
| 1 | 0,599a | | 0,358 | 0,335 | 3,081 |
| 1. *Predictors : (Constant*), Pelayanan admin 2. *Dependent Variable* : Kemajuan usaha | | | | | |

*Sumber: Hasil olah data, 2024*

Berdasarkan Tabel 7, nilai R menunjukkan nilai sebesar 0,599, yang mengindikasikan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel independen dan dependen. Nilai *R-square* adalah 0,358, berarti sekitar 35,8% variasi dalam kemajuan usaha dapat dijelaskan oleh pelayanan admin. Nilai *Adjusted R-square* yang sebesar 0,335 mengindikasikan bahwa model ini cukup baik dalam menggambarkan data, setelah mempertimbangkan jumlah variabel yang digunakan.

Nilai *R-square* sebesar 0,358, dapat disimpulkan bahwa sekitar 35,8% dari perubahan dalam kemajuan usaha dapat dijelaskan oleh variabel pelayanan admin, sementara sisanya, yaitu 64,2%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk pada penelitian. Meskipun pelayanan admin memiliki pengaruh yang signifikan, ada variabel lain yang juga turut berkontribusi terhadap kemajuan usaha, yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian lebih lanjut.

## Pengaruh Pelayanan Admin Terhadap Kemajuan Usaha

Pada hasil uji parsial yang dilakukan menggunakan *software* SPSS, pengaruh antara pelayanan admin terhadap kemajuan usaha digital *printing* dapat dilihat pada nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan admin (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemajuan usaha . Selain itu, nilai yang diperoleh adalah 3,955, lebih besar daripada sebesar 1,313. Oleh karena itu, berdasarkan perbandingan dan , dapat disimpulkan bahwa ditolak dan diterima, yang artinya pelayanan admin berpengaruh signifikan terhadap kemajuan usaha digital *printing* pada “Oh! Print”.

Hasil dari analisis regresi linear berganda menyatakan bahwa pelayanan admin berperan penting dalam meningkatkan kemajuan usaha . Peningkatan kualitas pelayanan admin akan berkontribusi langsung pada kemajuan usaha digital *printing*, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,530 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pelayanan admin akan meningkatkan kemajuan usaha sebesar 0,530. Hasil ini menggarisbawahi pentingnya peran pelayanan admin dalam mendorong kesuksesan dan pertumbuhan usaha digital *printing* “Oh! Print”.

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Pelayanan Admin terhadap Kemajuan Usaha Digital Printing pada Platform E-Commerce (Studi Kasus: Oh! Print), dapat ditarik kesimpulan pelayanan admin *e-commerce* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemajuan usaha digital *printing*. Kecepatan tanggapan, kejelasan informasi, dan sikap ramah dalam menjawab pertanyaan konsumen terbukti meningkatkan kemajuan usaha, seperti peningkatan penjualan dan perkembangan bisnis. Hasil analisis menunjukkan bahwa t\_hitung 3,955 lebih besar dari t\_tabel 1,313 dengan signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa pelayanan admin yang cepat dan informatif dapat mempercepat pertumbuhan usaha digital printing. Kualitas pelayanan admin *e-commerce* juga berdampak langsung pada kepuasan pelanggan, loyalitas, dan jumlah pelanggan tetap. Koefisien regresi 0,530 menunjukkan bahwa perbaikan dalam pelayanan admin meningkatkan kemajuan usaha sebesar 0,530 unit. Pelayanan yang baik membantu mempertahankan pelanggan lama, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan loyalitas, yang semua ini berkontribusi pada pertumbuhan usaha digital *printing*.

**Daftar Pustaka**

Affan, M. W. (2022). Analisis Penggunaan *E-Commerce*: Faktor Yang Mempengaruhi dan Dampaknya Bagi UMKM. *Jurnal Akademi Akuntansi*, *5*(3), 392–403. https://doi.org/10.22219/jaa.v5i3.22013

DataIndonesia.id. (2024). Kumpulan Data Seputar Perkembangan E-Commerce di Indonesia pada 2023 dan 2024. *Dataindonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/laporan-kumpulan-data-seputar-perkembangan-ecommerce-di-indonesia-pada-2023-dan-2024>

Fadilah, N. F. N., & Sholikhah, A. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sambal Gami Jeet 81 Porong: Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sambal Gami Jeet 81 Porong. *TALI JAGAD JOURNAL*, *2*(1), 30-45.

Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, *4*(1), 152–161. https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392

Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *7*(1), 253–274. https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912

Hidayah, N., & Indarti, S. (2016). Pengaruh Praktik Total Quality Management (TQM) terhadap Budaya Kualitas dan Daya Saing untuk meningkatkan Kinerja perusahaan (Studi pada Usaha Mikro Percetakan Digital Printing di Kota Pekanbaru-Riau) Pengaruh Praktik Total Quality Management (TQM) terha. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, *VIII*(3), 1–17.

Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2020). Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Penggunaan E-Commerce. *Sosio E-Kons*, *12*(02), 125. https://doi.org/10.30998/sosioekons.v12i02.6451

Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *5*(3), 413–423.

Kementerian Perdagangan. (2024). *Perdagangan Digital ( E-Commerce ) Indonesia Periode 2023*. 1–8.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed)*. Pearson Education.

Mahulae, A., & Sholikhah, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Bri Unit Pakkat: Influence Of Service Quality And Trust On Customer Satisfaction At Bank Bri Pakkat Unit. *TALI JAGAD JOURNAL*, *2*(2), 43–50. https://doi.org/10.55732/UNU.TJJ.2024.02.02.6

Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, *3*(2), 716–727. https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134

Nasution, M. D. T. P., Rafiki, A., Lubis, A., & Rossanty, Y. (2021). Entrepreneurial orientation, knowledge management, dynamic capabilities towards e-commerce adoption of SMEs in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*, *12*(2), 256–282. https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2020-0060

Novitasari, I. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E- Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Universitas Alma Ata Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2018 – 2021. *IJMA (Indonesian Journal of Management And Accounting*, *1*(2), 76–94.

Saharja, K., & Gobal, R. (2021). Pengaruh Waktu Proses Produksi Digital Printing Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Produk Cetak. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI*, *5*(1), 458–469.

Sholikhah, A. (2023). Ada Grill Marketing Strategy In 2023. *AKTIVA: Journal of Accountancy and Management*, *1*(2), 128-142. https://doi.org/10.24260/aktiva.v1i2.1325

Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Transaksi Online Shopping Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis (e-Journal)*, *9*(1), 23–36.

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

Wijaya, W. R. ., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta (JKMT)*, *1*(3), 82–91. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i3.70>

Zakiyah, M. I., Sholikhah, A., Dewi, L. R. L., Purwaningtyas, E., Pratama, F. A., & Aisa, R. D. (2024). Pengaruh Content Marketing Instagram dan Performance Influencer Terhadap Customer Engagement di Istoria Cafe Kavling DPR Sidoarjo. *Journal of Research and Publication Innovation*, *2*(2), 1601-1608.