

## PENGARUH IKLAN ONLINE DAN KUALITAS LAYANAN TOKOPEDIA.COM TERHADAP CITRA MEREK PADA MASYARAKAT KOTA PADANG

Donny Rizbi

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

E-mail : [drizbi@gmail.com](mailto:drizbi@gmail.com)

**Abstract:** *This study aims to measure online advertising and tokopedia.com service quality on brand image. The population of this study is the people of Padang city who have done shopping at the online store tokopedia.com. Sampling of this study using accidental sampling technique. The number of respondents in this study were 100 respondents. The data collection technique of this study was to use a questionnaire with data analysis, namely using multiple regression analysis. The results of this study indicate tokopedia.com online advertising, a positive and significant effect on brand image and tokopedia.com service quality has a positive and significant impact on brand image.*

**Keywords:** *online advertising, service quality, brand image*

### PENDAHULUAN

Pada era teknologi digital pada saat sekarang menumbuhkan berbagai pengaruh kepada penggunanya. Gaya hidup masyarakat saat ini mendorong perkembangan teknologi dengan munculnya sarana teknologi sesuai dengan fungsinya. Internet merupakan salah satu perkembangan teknologi yang membuat masyarakat menjadi kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya internet dapat mempermudah segala aktivitas yang dilakukan pada saat sekarang ini, sehingga membuat masyarakat banyak terbantu dengan adanya teknologi yang canggih dan modern. Banyaknya penggunaan internet membuat perusahaan *online shop* mulai bermunculan. Seperti halnya di Indonesia sendiri telah banyak bermunculan berbagai *online shop* seperti kaskus.com, lazada.com, tokobagus.com dan masih banyak *online shop* yang dapat ditemukan dengan mudah sesuai kategori barang yang dibutuhkan. Berikut ini adalah gambar data *e-commerce* yang banyak dikunjungi tahun 2017.

Persaingan yang tinggi di industri *online shop* membuat perusahaan harus menciptakan citra positif untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat akan menggunakan *online shop* sebagai fasilitas untuk mencari produk. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat, maka *online shop* dituntut untuk memiliki citra positif. Peran citra sangatlah berpengaruh kepada keberhasilan dari suatu kegiatan lembaga.

Salah satu prestasi citra perusahaan di Indonesia dapat dilihat dari *corporate image award* yang didasarkan pada empat dimensi, yaitu: *quality, performance, responsibility*, dan *attractiveness* (Imacaward.com). Prestasi citra perusahaan dapat dilihat pada tabel di bawah ini yang berisi skor *corporate image award* kategori telekomunikasi:

**Tabel 1 Data Corporate Image Award 2017**

Perusahaan	CII 2017
PT. Ecart Services Indonesia (Lazada.com)	1.383 The Best
PT. Tokopedia	1.339 Excellence
PT. Bukalapak.com	1.126 Excellence
PT. OLX Indonesia	1.004
PT. Global Digital Niaga (blibli.com)	0.729

Sumber: Imacaward.com, diakses pada 21 September 2018.



Data di atas menunjukkan pula bahwa citra perusahaan PT. Tokopedia belum dapat bersaing dengan *online shop* lainnya yang menawarkan produk dengan kualitas layanan yang baik. Survei yang dilakukan melihat *corporate image index* (CII) didapat dari rata-rata keempat dimensi, yaitu: *quality*, *performance*, *responsibility*, dan *attractiveness*. Tokopedia.com merupakan salah satu *online shop* di mana seseorang dapat membeli suatu produk maupun jasa melalui internet tanpa bertatap muka langsung dengan pembelinya.

Citra akan terbentuk dengan sendirinya dari upaya yang ditempuh, sehingga alat yang paling tepat untuk mewujudkannya adalah dengan menerapkan iklan. Dalam penerapan iklan kepada segmen sasaran, perusahaan melakukan pemasangan iklan sebagai memperkenalkan identitas merek. Menurut Kotler dan Keller (2009:202), “Iklan bisa menjadi cara yang efektif dari segi biaya untuk mendistribusikan pesan, baik dengan tujuan membangun preferensi merek dan mendidik orang .”

Selain melakukan kegiatan periklanan, perusahaan harus mempunyai kualitas layanan yang baik. Kualitas layanan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh para konsumen untuk menggunakan suatu produk. Setiap konsumen mendapatkan layanan yang baik selama memakai produk tersebut, akan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan memiliki kualitas yang baik, suatu perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan dapat bersaing dengan para pesaingnya. Namun lain hal yang terjadi, kualitas layanan yang dihasilkan tokopedia.com masih belum bisa memenuhi yang diinginkan konsumen. Seperti halnya produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan stok yang ada, di mana konsumen melakukan pemesanan tetapi selalu dibatalkan oleh sistem dari tokopedia.com.

## METODE PENELITIAN

penelitian ini berbentuk penelitian kausatif yang menentukan hubungan sebab akibat antara variabel dependen terhadap independen yakni sejauh mana variabel dependen berakibat terhadap variabel independen tersebut. Populasinya adalah masyarakat kota Padang yang menggunakan produk tokopedia.com, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Sampel yang diambil untuk mendapat gambaran dari penelitian ini adalah sebagian yang diambil dari populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpul data menggunakan kuesioner penelitian dengan skala pengukuran memakai skala *likert*. Teknik analisis adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 24.0.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas iklan online (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap citra merek (Y). Dalam pengolahan data menggunakan SPSS versi 24.0 diperoleh hasil seperti pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1 Hasil Uji Regresi Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	4,586	1,238		3,703	,000
Iklan Online	,477	,083	,464	5,779	,000
Kualitas Layanan	,182	,031	,477	5,942	,000

a. Dependent Variable: Citra Merek

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat ditentukan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 4,586 + 0,477X_1 + 0,182X_2$$

Dimana :

Y = Citra merek

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Iklan online

X<sub>2</sub> = Kualitas layanan

e = Faktor lain yang tidak diteliti

Interpretasi persamaan di atas:

- 1) Nilai konstanta sebesar 4,586 berarti tanpa adanya pengaruh dari variabel bebas maka nilai variabel terikat hanya sebesar 4,586. Hal ini berarti bahwa apabila variabel bebas nilainya konstan, maka nilai variabel citra merek hanya sebesar 4,586.
- 2) Nilai koefisien regresi iklan online (X<sub>1</sub>) sebesar 0,477 dengan arah positif yang berarti iklan online memiliki hubungan positif dengan citra merek tokopedia.com. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik iklan online maka citra merek akan semakin baik. Sehingga dapat ditunjukkan jika terjadi peningkatan iklan online sebesar satu dengan asumsi variabel kualitas layanan tetap maka akan meningkat citra merek sebesar 0,477.
- 3) Nilai koefisien regresi iklan online (X<sub>1</sub>) sebesar 0,182 dengan arah positif yang berarti kualitas layanan memiliki hubungan positif dengan citra merek tokopedia.com. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dihasilkan tokopedia.com maka citra merek akan semakin baik. Sehingga dapat ditunjukkan jika terjadi peningkatan kualitas layanan sebesar satu dengan asumsi variabel iklan online tetap maka akan meningkat citra merek sebesar 0,182.

## HASIL HIPOTESIS

### Hipotesis 1

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara iklan online tokopedia.com terhadap citra merek pada masyarakat kota Padang. Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk X<sub>1</sub> sebesar 5,779 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.660 dengan tingkat signifikan  $0.000 < 0,05$ . Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $5,779 > 1.660$ , dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, berarti iklan online tokopedia.com berpengaruh signifikan terhadap citra merek pada masyarakat kota Padang. Sehingga semakin besar iklan online yang didapat konsumen pada akhirnya akan dapat menciptakan citra merek yang baik bagi konsumen.

### Hipotesis 2

Hipotesis kedua yaitu terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan tokopedia.com terhadap citra merek pada masyarakat kota Padang. Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel X<sub>2</sub> sebesar 5,942 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.660 dengan tingkat signifikan  $0.00 < 0.05$ . Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $5,942 > 1.660$ , dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Berarti terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan tokopedia.com terhadap citra merek pada masyarakat kota Padang. Sehingga semakin besar kualitas layanan yang diberikan perusahaan pada akhirnya akan dapat menciptakan citra merek yang baik bagi konsumen.

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pembahasan pada penelitian ini dilakukan untuk menerangkan dan menginterpretasikan hasil penelitian. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terdapat pengaruh antara variabel bebas dan terikat yaitu:

### 1. Pengaruh iklan online tokopedia.com terhadap citra merek pada masyarakat kota Padang

Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa iklan online tokopedia.com berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek pada masyarakat kota Padang. Artinya semakin baik iklan online maka citra merek pada masyarakat kota Padang akan semakin meningkat. Berdasarkan analisis berganda diperoleh koefisien untuk variabel iklan online tokopedia.com ( $X_1$ ), yaitu 0,477. Hal ini berarti semakin baik iklan online tokopedia.com maka citra merek akan semakin tinggi. Jika variabel iklan online meningkat sebesar satu satuan maka citra merek mengalami sebesar 4,77% dengan anggapan variabel lain tetap. Berdasarkan hasil distribusi frekuensi bahwa iklan online tokopedia.com mempengaruhi citra merek pada masyarakat kota Padang. Hal ini dapat dilihat dari variabel iklan online skor rata-ratanya 3.13 dengan tingkat capaian responden 62,54%. Hal ini berarti bahwa iklan online tokopedia sangat mempengaruhi citra merek pada masyarakat kota Padang. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Bashory Alwy (2013) citra merek dipengaruhi secara signifikan oleh periklanan televisi. Hal ini berarti bahwa iklan yang ditayangkan oleh perusahaan ditingkatkan melalui media massa maupun media elektronik akan meningkatkan promosi produk kepada konsumen.

### 2. Pengaruh kualitas layanan tokopedia.com terhadap citra merek pada masyarakat kota Padang

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, ditemukan bahwa koefisien variabel citra merek memiliki pengaruh lebih besar dari pada variabel iklan online dalam mempengaruhi konsumen untuk citra merek dengan nilai koefisien 0,182 dengan arah positif yang berarti kualitas layanan tokopedia.com memiliki hubungan positif dengan citra merek pada masyarakat kota Padang. Nilai signifikan ini menunjukkan bahwa peningkatan atau penurunan kualitas layanan tokopedia.com dapat mempengaruhi citra merek pada masyarakat kota Padang. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan kualitas layanan tokopedia.com berpengaruh signifikan terhadap citra merek pada masyarakat kota Padang. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jeofer Pratama Sahetapy (2015) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek sepeda motor Kawasaki PT Auto Mandiri. Perluasan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek sepeda motor Kawasaki PT Auto Mandiri. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Kawasaki PT Auto Mandiri.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Iklan Online memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap citra merek. Hal ini menunjukkan bahwa iklan online yang dihasilkan tokopedia.com menarik. Semakin menarik iklan online tokopedia.com maka citra merek menjadi lebih baik.
2. Kualitas layanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap citra merek. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tokopedia.com mempengaruhi citra merek pada masyarakat kota Padang. Semakin besar kualitas layanan yang dihasilkan sebuah perusahaan maka semakin besar citra merek yang dimilikinya.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan tokopedia.com haruslah benar-benar lebih meningkatkan sarana prasarana untuk kualitas layanan. Hal ini dapat dilihat dari TCR masih rendah dalam sarana prasarana. Tokopedia.com hendaknya menjaga konsistensi baik dalam pengiriman barang dan pengamanan kualitas barang. sehingga harus ada sarana prasarana yang bisa untuk mengetahui keadaan barang mulai dari yang ditawarkan, proses pembelian, proses pembayaran, proses pengiriman, dan hingga barang sampai ke tangan konsumen. Dengan mempertahankan kualitas layanan yang baik akan membuat konsumen merasa nyaman dalam membeli karena produk yang dipesan tidak akan khawatir hilang atau salah dalam pengiriman.
2. Iklan online yang dilakukan tokopedia.com salah satu kegiatan yang efektif. Namun dalam iklan online perlu dapat meyakinkan konsumen, ini terbukti TCR tentang keyakinan konsumen masih rendah.

Tokopedia.com perlu memperbaiki iklan online yang dilakukan untuk dapat meyakinkan konsumen, dengan desain iklan online yang lebih menarik, sehingga memudahkan konsumen untuk memahami informasi tentang produk yang ditawarkan tokopedia.com.

3. Bagi penelitian selanjutnya yang tertarik dengan penelitian yang sama, disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain yang berhubungan dalam meningkatkan citra merek tokopedia.com, sehingga dapat ditentukan variabel-variabel lain yang juga mempengaruhi citra merek.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Arikunto, 2002. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Aksara.
- Gilaninia, Shahram dan Seyyed J. Mousavian. 2011. The Investigation and Analysis Impact of Brand Image in Iran. *African Journal of BusinessManagement*, (6)25: 7548 7556.
- Ghozali, Imam. 2005. "*Aplikasi Multivariate dengan SPSS*". Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2007. "*Aplikasi Multivariate dengan SPSS*". Universitas Diponegoro: Semarang.
- Kertajaya, Hermawan. 2005. *Positioning Differentiation and Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Tama.
- Kotler, Philip. 2005. *manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. Jakarta : PT. Index.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. edisi 13, jilid dua. Alih bahasa Benyamin Molan. Jakarta: indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Nur Indriantoro. 2002. *Metodelogi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Cetakan ke-2. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry. (1988). "A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64
- Poernamasari, N. 2016. *Pengaruh Tayang Iklan Airasia "Kini Siapapun Bisa Terbang 2015" Terhadap Citra Perusahaan.e-Journal Ilmu Komunikasi*, 58-68.
- Rosady, Ruslan. 2012. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Schiffman, Leon G, and Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Alih Bahasa: Rita Maharani. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Permasaran Terpadu Jilid 2*. Alih Bahasa: Jusuf Udaya dan Arcan. Jakarta: Erlangga.
- Suhandang, K. 2004. *Public Relation Perusahaan*. Bandung: Nuansa.
- Sutojo, Susanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tim Riset iPrice. 2017. *Kilas Balik Persaingan E-Commerce Indonesesia tahun 2017*. Diakses 21 September 2018. [www.iprice.com](http://www.iprice.com)
- \_\_\_\_\_. 2017. *Corporate image index award 2018*. Diakses 21 September 2018. [www.imacaward.com](http://www.imacaward.com)