

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN SITUS KIOSTIX.COM
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN
METODE WEBQUAL 4.0**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun oleh:

Ninscha Adisti Oktivianet

NIM: 135150407111005



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
JURUSAN SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018**

PENGESAHAN

ANALISIS KUALITAS LAYANAN SITUS KIOSTIX.COM TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun Oleh :
Ninscha Adisti Oktivianet
NIM: 135150407111005

Skripsi ini telah diuji dan dinyatakan lulus pada
16 Januari 2018

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Ari Kusyanti, S.T., M.Sc.
NIK: 201102 831228 2 001

Aditya Rachmadi, S.ST.,M.TI
NIK: 201201 860421 1 001

Mengetahui
Ketua Jurusan Sistem Informasi

Dr. Eng Herman Tolle, S.T, M.T
NIP: 19710823 200012 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 18 Januari 2018



Ninscha Adisti Oktivianet

NIM: 135150407111005

KATA PENGANTAR

Puji syukur ditunjukkan kehadirat Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS KUALITAS LAYANAN SITUS KIOSTIX.COM TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0” yang digunakan sebagai persyaratan meraih gelar sarjana. Dalam penyelesaian skripsi ini tentunya terdapat dukungan dan bantuan dari semua pihak. Terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Wayan Firdaus Mahmudy, S.Si., M.T., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya. Bapak Herman Tolle, Dr. Eng., S.T, M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Universitas Brawijaya. Bapak Suprpto, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Brawijaya
2. Ibu Ari Kusyanti, S.T., M.Sc. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan membagikan ilmu kepada penulis serta memberikan berbagai saran yang membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Aditya Rachmadi S.ST.,M.TI selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan membagikan ilmu kepada penulis serta memberikan berbagai saran yang membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Orang tua penulis, atas segala doa, motivasi, dan dukungan secara finansial membuat semangat dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Joshua Dika Kristianto Lewi yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Dhanuari Indra Bastari yang telah membantu penulis dalam memberikan bantuan yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
5. Teman-teman angkatan 2013 yang telah memberikan bantuan kepada penulis yaitu Ami, Ardy, Della, Rasyid, dan yang lainnya.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya pada semua pihak yang telah mendukung terselesainya skripsi ini.

Malang, 18 Januari 2018

Ninscha Adisti Oktivianet

Ninschadisti_o@yahoo.com

ABSTRAK

Kiostix.com merupakan salah satu *e-Commerce* yang menyediakan pelayanan kepada pengguna dengan cara memberikan informasi dan melakukan transaksi jual beli tiket event yang sedang berlangsung di Indonesia maupun sekitar. Beberapa waktu lalu, tepatnya akhir tahun 2016 kiostix.com mendapati sebuah masalah dalam hal pelayanan yang diberikan pada situs tersebut. Hal tersebut yang dibahas dalam penelitian ini dengan tujuan dapat mengetahui kualitas website milik kiostix.com yang kemudian akan dihubungkan dengan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan bantuan metode webqual 4.0 yang memiliki 3 dimensi pengukur kualitas website yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* dimana akan dihubungkan kepada variabel *customer satisfaction*. Penelitian menggunakan metode penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data dari responden, responden dalam kuesioner ini adalah pengguna kiostix.com yang pernah melakukan transaksi pada situs, jumlah data responden yang diuji sebanyak 62. Pengujian dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Hasil yang didapatkan yaitu hanya dua variabel yang memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan kiostix.com yaitu variabel *usability* dan *service interaction quality*, namun variabel *service interaction* memberikan nilai negatif terhadap kepuasan pelanggan. Jika diuji secara keseluruhan, ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kiostix.com.

Kata kunci: *e-Commerce*, *Kiostix.com*, *Kualitas Layanan*, *Kepuasan Pelanggan*, *Webqual 4.0*, *Regresi Linear*

ABSTRACT

Kiostix.com is one of many e-Commerce that served service to customer with giving an information and do any transaction for selling and buying event ticket that ongoing in Indonesia surrounding areas. A few months ago, in the end of 2016 precisely kiostix.com had a problem with their capability of giving a service to customer with their website. That problem is our discussion in this research with goals to discover the website quality of kiostix.com which will be connected to customer satisfaction. This research use webqual 4.0 as a methodology that has three variables to measuring website quality, which is usability, information quality, and service interaction quality. This research use questionnaire to gather all of data that from respondents, the respondents in this research is the person who had used kiostix.com to do any transaction, the total data is 62 respondents. This research had been test with multiple linear regression. The result is there are only two variables that had a significant relation toward customer satisfaction, usability and service interaction quality, but service interaction variable itself had given a negative effect for customer satisfaction grade. Therefore, all of those variable had given an impact for customer satisfaction if it all gather.

Keywords: e-Commerce, Kiostix.com, Service Quality, Customer Satisfaction, Webqual 4.0, Linear Regression



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat.....	4
1.5 Batasan masalah	5
1.6 Sistematika pembahasan	5
BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN	6
2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Wendy Ariesta Wibowo (2013)	6
2.1.2 Barnes dan Vidgen (2002)	7
2.1.3 Chiew dan Salim (2003).....	7
2.1.4 Taylor dan Baker (1994)	7
2.1.5 Irianto Bunga Pratama (2017)	8
2.1.6 Perbandingan Penelitian Sebelumnya.....	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 <i>E-Commerce</i>	10
2.2.2 Kiostix.com	11
2.2.3 Webqual 4.0	12
2.2.4 Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.5 Populasi dan Sampell.....	15



2.2.6 Kuesioner	16
2.2.7 Skala Likert	16
2.2.8 Pilot Study	17
2.2.9 <i>Screening Data</i>	18
2.2.10 Uji Asumsi Dasar	19
2.2.11 Uji Asumsi Klasik	19
2.2.12 Analisis Regresi Linier Berganda	20
BAB 3 METODOLOGI	22
3.1 Tipe Penelitian	22
3.2 Alur Penelitian	22
3.2.1 Perumusan Masalah	23
3.2.2 Studi Literatur	23
3.2.3 Model Penelitian	24
3.2.4 Kuesioner	24
3.2.5 Penentuan Responden	26
3.2.6 Skala Pengukuran	27
3.2.7 Pilot Study	27
3.2.8 Uji Missing Data	27
3.2.9 Uji Outlier Data	27
3.2.10 Uji Asumsi Dasar	28
3.2.11 Uji Asumsi Klasik	28
3.2.12 Analisis Regresi Linear Berganda	29
BAB 4 HASIL	30
4.1 Model Penelitian	30
4.2 Variabel yang Diteliti	32
4.2.1 Usability Quality	32
4.2.2 Information Quality	33
4.2.3 Service Interaction Quality	33
4.2.4 Customer Satisfaction	34
4.3 Regresi Linear Berganda	35
4.4 Karakteristik Data	35
4.5 Pilot Study	36



4.5.1 Uji Validitas.....	36
4.5.2 Uji Realibilitas	37
4.6 Screening Data	38
4.6.1 Uji Missing Value	38
4.6.2 Uji Outlier Data.....	38
4.6.3 Uji Kecukupan Data	39
4.7 Uji Data.....	40
4.7.1 Uji Normalitas.....	40
4.7.2 Uji Homogenitas	40
4.7.3 Uji Linearitas.....	41
4.7.4 Uji Heterokedastisitas	41
4.7.5 Uji Multikolinearitas	42
4.7.6 Uji Autokorelasi	42
4.8 Analisis Regresi Berganda	43
4.8.1 Persamaan Regresi Linear Berganda	43
4.9 Uji Hipotesis	45
4.9.1 Koefisien Determinasi	45
4.9.2 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)	45
4.9.3 Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)	46
BAB 5 PEMBAHASAN	47
5.1 Hasil Penelitian.....	47
5.2 Pembahasan Hipotesis	48
BAB 6 Penutup	50
6.1 Kesimpulan.....	50
6.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN A KUESIONER	54
LAMPIRAN B HASIL PENGUJIAN	61



DAFTAR TABEL

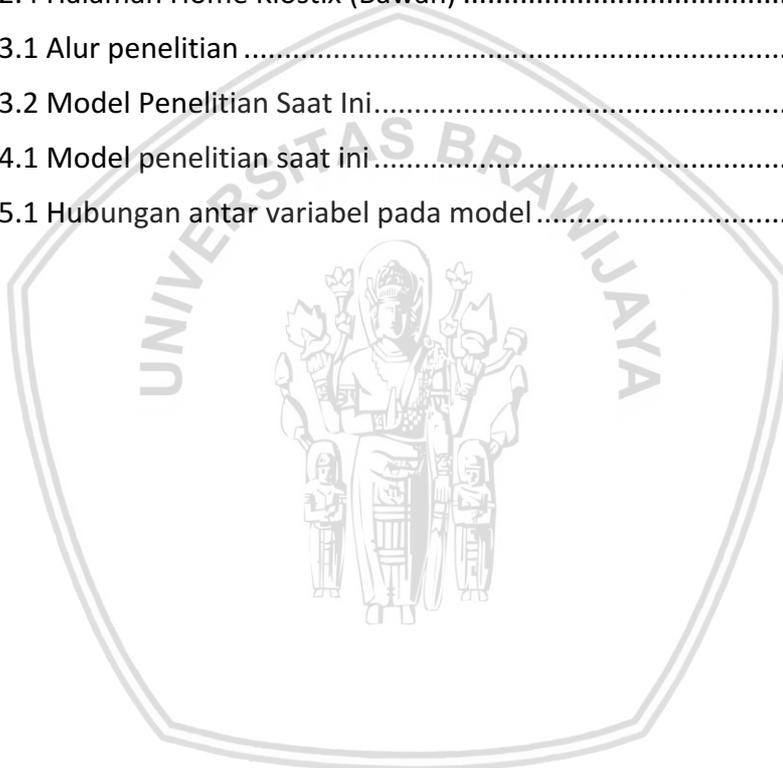
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Sebelumnya dan Sekarang	8
Tabel 2.2 Dimensi <i>Usability</i>	13
Tabel 2.3 Dimensi <i>Information Quality</i>	14
Tabel 2.4 Dimensi <i>Service Interaction</i>	14
Tabel 2.5 Skala Likert.....	17
Tabel 2.6 Kriteria <i>Cronbach's Alpha</i>	17
Tabel 2.7 Kriteria Kaiser-Meyer-Olkin	18
Tabel 2.8 Tabel keputusan Durbin Watson	20
Tabel 3.1 Tabel Kuesioner Penelitian Saat Ini	25
Tabel 4.1 Pernyataan <i>usabilityquality</i>	32
Tabel 4.2 Pernyataan <i>information quality</i>	33
Tabel 4.3 Pernyataan <i>service interaction quality</i>	34
Tabel 4.4 Pernyataan <i>customer satisfaction</i>	34
Tabel 4.5 Responden berdasarkan umur dan jenis kelamin	35
Tabel 4.6 Responden berdasarkan pekerjaan	35
Tabel 4.7 Responden berdasarkan penghasilan.....	36
Tabel 4.8 Hasil uji validitas	36
Tabel 4.9 Hasil uji realibilitas.....	37
Tabel 4.10 Hasil Mahalanobis Distance.....	39
Tabel 4.11 Hasil uji Kaiser-Meyer-Olkin	39
Tabel 4.12 Hasil uji normalitas	40
Tabel 4.13 Hasil uji homogenitas	40
Tabel 4.14 Hasil uji linearitas.....	41
Tabel 4.15 Hasil uji heterokedastisitas.....	42
Tabel 4.16 Hasil uji multikolinearitas	42
Tabel 4.17 Hasil uji autokorelasi.....	43
Tabel 4.18 Hasil uji regresi linear berganda	43
Tabel 4.19 Hasil uji koefisien determinasi.....	45
Tabel 4.20 Hasil uji T.....	45
Tabel 4.21 Hasil uji F.....	46

Tabel 5.1 Hasil pengujian hipotesis saat ini..... 47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ranking Website loket.com.....	2
Gambar 1.2 Ranking Website rajakarcis.com.....	2
Gambar 1.3 Ranking Website kiostix.com.....	2
Gambar 2.1 Model DeLone dan McLean.....	7
Gambar 2.2 Model Penelitian Pratama (2017).....	8
Gambar 2.3 Halaman Home Kiostix (Atas)	11
Gambar 2.4 Halaman Home Kiostix (Bawah)	11
Gambar 3.1 Alur penelitian	22
Gambar 3.2 Model Penelitian Saat Ini.....	24
Gambar 4.1 Model penelitian saat ini.....	32
Gambar 5.1 Hubungan antar variabel pada model.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER	54
LAMPIRAN B HASIL PENGUJIAN	61



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Teknologi informasi bukanlah hal yang baru dan asing bagi banyak orang saat ini, bahkan jika kita amati banyak kegiatan manusia yang melibatkan teknologi informasi dalam membantu melakukan pekerjaannya ataupun kegiatan sehari-hari. Teknologi informasi tentunya akan lebih optimal apabila digunakan menggunakan bantuan internet. Internet adalah sebuah bukti kemajuan teknologi saat ini, hal tersebut sangat membantu untuk mendapatkan informasi yang *up to date*, berinteraksi, maupun melakukan transaksi dapat dilakukan dengan bantuan internet. Dengan segala kemudahan yang diberikan oleh internet dan teknologi, tentu saja banyak orang yang ingin menggunakan hal tersebut. Menurut internetworldstats.com (2017), terdapat lebih dari 7,5 miliar orang yang telah menggunakan internet di seluruh dunia dan 260 juta orang dari seluruh total tersebut adalah penduduk Indonesia. Dapat diperkirakan bahwa jumlah pengguna internet akan terus meningkat.

Salah satu kegiatan yang melibatkan manusia dengan internet adalah transaksi jual beli online atau disebut dengan *e-Commerce*, dimana manusia tidak perlu lagi mendatangi sebuah toko untuk mendapatkan benda yang dibutuhkan atau diinginkan. Untuk melakukan jual beli online tersebut hanya dibutuhkan internet dan teknologi yang mendukung dan tentu saja biaya untuk mengelola internet dengan baik.

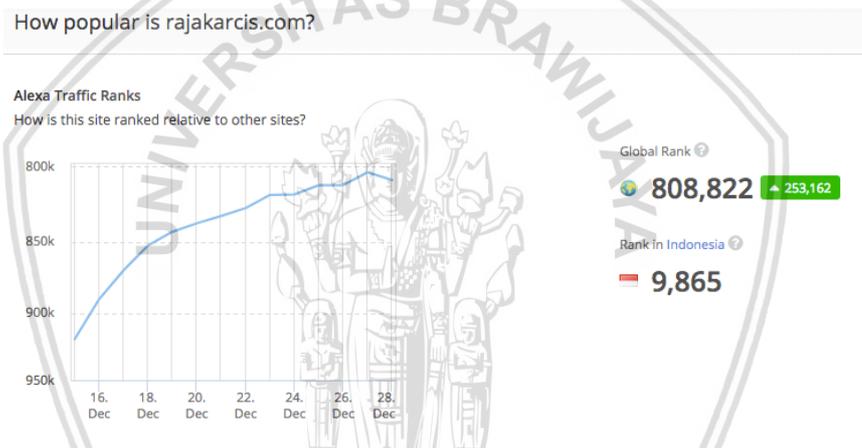
E-Commerce adalah suatu konsep dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik (Munir Fuady, 2002). Hingga tahun 2017, menurut Badan Pusat Statistik telah terjadi peningkatan sebesar 17% selama 10 tahun terakhir mengenai jumlah usaha *e-Commerce* yaitu sebesar 26,2 juta unit. Dengan jumlah pengguna internet sebanyak kurang lebih 260 juta orang di Indonesia dan jumlah *e-Commerce* yang ada tentu dapat dibayangkan betapa besar dan pesatnya pergerakan dalam bidang teknologi informasi di Indonesia.

Salah satu *e-Commerce* di Indonesia adalah kiostix.com yang dibuat oleh Richard Titrdji pada tahun 2012 lalu. kiostix.com adalah *website* yang bergerak pada bidang *ticketing* khusus *event* seperti musik, olahraga, kesenian, keluarga, dan MICE (*Meeting, Incentives, Conferencing, Exhibitions*), tentu kiostix.com bukan satu-satunya saja *e-Commerce* yang bergerak pada bidang *ticketing*. Ada *website* lain seperti rajakarcis.com dan loket.com, namun sangat disayangkan bahwa menurut Alexa.com peringkat kiostix.com berada dibawah kedua *website* tersebut. Data yang didapatkan menunjukkan bahwa dalam ranking dunia berdasarkan Alexa.com, kiostix.com berada pada urutan ke-1,628,634, rajakarcis.com berada pada urutan ke-808,822, dan loket.com berada pada

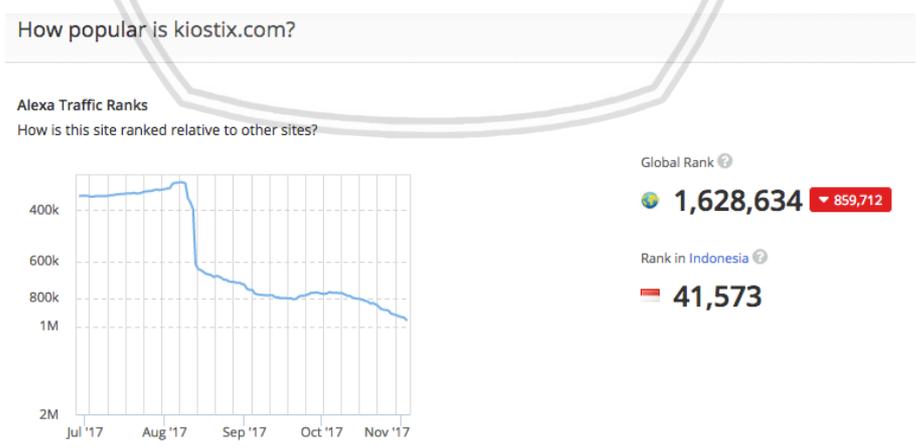
urutan ke-223,494, sedangkan ranking dalam Indonesia kiostix.com berada pada urutan 41,573 dan rajakarcis.com pada urutan ke-9,865.



Gambar 1.1 Ranking Website loket.com



Gambar 1.2 Ranking Website rajakarcis.com



Gambar 1.3 Ranking Website kiostix.com

Pada bulan Desember tahun 2016 lalu, diselenggarakan pertandingan Piala AFF Indonesieia melawan Vietnam di Stadion Pakansari, Bogor. Untuk mendapatkan tiket pertandingan tersebut, hanya dapat dilakukan pembelian

online pada *website* kiostix.com, tidak pada *website* lainnya maupun loket *offline*. Hal tersebut membuat *website* kiostix.com down pada hari penjualan tiket piala AFF dikarenakan banyaknya pengguna yang mengakses *website* tersebut disaat yang bersamaan, bahkan untuk melakukan login membutuhkan waktu yang lama dan tentunya dibutuhkan waktu yang lebih lama untuk mengantri dalam melakukan pembayaran tiket, proses tersebut memerlukan waktu kurang lebih 1 jam dan proses tersebut tidak pasti berhasil. Dikarekan kejadian itu, banyak sekali pengguna yang merasa kecewa dengan pelayanan kiostix.com terlebih lagi event yang akan berlangsung adalah event yang besar sehingga banyak sekali keluhan yang bermunculan pada media sosial dan portal berita seperti bola.com, goal.com, detik.com dan lainnya.

Menurut Lin et al., (2011), tingkat retensi pelanggan pada situs jual beli *online* sangat menarik perhatian belakangan ini dikarenakan hal tersebut menandakan peningkatan dalam persaingan antar perusahaan. Ketika pelanggan merasa puas maka pelanggan besar kemungkinan akan melakukan pembelian secara berkala. Kepuasan pelanggan penting untuk diperhatikan bagi bisnis *online* maupun *offline*. Kotler (1997) mengatakan bahwa proses perbelanjaan melibatkan *information, system, dan service quality* pada sebuah situs.

Menurut Sahi (2015), kesuksesan dan kegagalan pada sebuah *website* bergantung kepada berapa banyak pengguna yang merasa puas dalam menggunakan situs tersebut. Kepuasan pelanggan dapat dijelaskan dengan bagaimana pelanggan menilai produk maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna. Pengguna membangun sebuah ekspektasi terhadap sebuah produk maupun jasa, kemudian menilai produk dan jasa tersebut dengan gambaran ekspektasi yang mereka miliki. Hal tersebut merupakan nilai dari *usability* sebuah situs yang dapat mempertahankan maupun meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dari penjelasan diatas dapat dibuktikan bahwa betapa canggih dan majunya teknologi informasi saat ini, tentu pasti terdapat kekurangan pada hal tersebut. Maka dari itu peneliti merasa perlunya dilakukan analisis kualitas layanan pada *website* kiostix.com. Untuk melakukan analisis pada *website*, terdapat beberapa metode yang telah disediakan seperti ServQual, e-GovQual, WebQual, dan sebagainya. Penulis memutuskan untuk menggunakan metode WebQual karena WebQual melakukan teknik pengukuran melalui persepsi pengguna akhir melalui keusioner yang telah disediakan. Maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul "ANALISIS KUALITAS LAYANAN SITUS KIOSTIX.COM TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0" untuk mengetahui faktor yang berpengaruh pada kualitas layanan pada *website* kiostix.com dan diharapkan dapat membantu kiostix.com dalam melakukan pengembangan *website* serta mempertahankan layanan yang sudah cukup baik agar pengguna merasa senang saat menggunakan *website*.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penulis telah merumuskan sebuah rumusan masalah yaitu:

1. Apakah dimensi dalam WebQual 4.0 yaitu *Usability* dapat mempengaruhi kepuasan pengguna pada situs kiostix.com?
2. Apakah faktor dalam WebQual 4.0 yaitu *Information Quality* dapat mempengaruhi kepuasan pengguna pada situs kiostix.com?
3. Apakah faktor dalam WebQual 4.0 yaitu *Service Interaction* dapat mempengaruhi kepuasan pengguna pada situs kiostix.com?
4. Apakah seluruh variabel independen dalam WebQual 4.0 dapat mempengaruhi kepuasan pengguna pada situs kiostix.com?

1.3 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh yang diberikan oleh dimensi *Usability* kepada kepuasan pengguna pada situs kiostix.com.
2. Untuk menganalisis pengaruh yang diberikan oleh dimensi *Information Quality* kepada kepuasan pengguna pada situs kiostix.com.
3. Untuk menganalisis pengaruh yang diberikan oleh dimensi *Service Interaction Quality* kepada kepuasan pengguna pada situs kiostix.com.
4. Untuk menganalisis pengaruh yang diberikan oleh seluruh variabel pada metode WebQual 4.0 kepada kepuasan pengguna pada situs kiostix.com

1.4 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis
Penulis dapat menerapkan ilmu kuliah yang telah didapat selama perkuliahan. Selain itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis tentang WebQual 4.0.
2. Bagi Pembaca
Diharapkan pembaca dapat menambah wawasan tentang penggunaan metode WebQual untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan.
3. Bagi Perusahaan
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk memperbaiki serta menjaga kualitas layanan *website*.

1.5 Batasan masalah

Penelitian ini memiliki batasan masalah berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. Sasaran penelitian ini adalah masyarakat yang pernah mengakses dan bertransaksi melalui kiostix.com
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah WebQual 4.0

1.6 Sistematika pembahasan

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka sistematika penulisan dibagi menjadi 6 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN KEPUSTAKAAN

Bab ini menjelaskan tentang teori yang berkaitan dengan metodologi, konsep, kajian pustaka mengenai penelitian sebelumnya, dan teori mengenai penelitian kali ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tahapan tahapan yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan agar lebih teratur dalam melakukan penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan mengenai analisis data hasil kuesioner yang telah dikumpulkan dari responden menggunakan pemodelan yang telah dibuat.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini menjabarkan hasil analisis yang telah dilakukan berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan menggunakan metodologi yang sudah disusun.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan yang telah didapat dari penelitian yang telah dilakukan serta saran untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

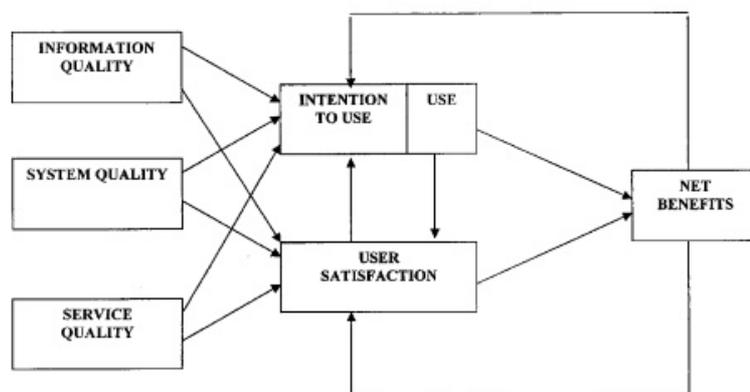
BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penelitian kali ini, menggunakan 5 penelitian sebelumnya guna membantu menyelesaikan penelitian, beberapa referensi tersebut adalah "Pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* Terhadap *User Satisfaction* Website Lion Airline dan Sriwijaya Airlines" yang dilakukan oleh Wendy Airsta Wibowo (2013), "*An Integrative Approach To The Assessment Of E-Commerce Quality*" yang dilakukan oleh Stuart J. Barnes dan Richard T. Vidgen (2002), "*Webuse: Website Usability Evaluation Tool*" yang dilakukan oleh Thiam Kian Chiew dan Siti Salwa Salim (2003), "*An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumers Purchase Intentions*" yang dilakukan oleh Steven A. Taylor dan Thomas L. Baker (1994), dan "Analisis Kepuasan Pengguna pada Situs Gotomalls.com Menggunakan Metode Webqual" oleh Irianto Bunga Pratama (2017).

2.1.1 Wendy Ariesta Wibowo (2013)

Penelitian yang telah dilakukan Wendy Ariesta Wibowo bertujuan untuk menganalisis faktor *system quality*, *information quality*, dan *service quality* terhadap *user satisfaction* dengan studi kasus Lion Airlines dan Sriwijaya Airlines. Jenis penelitian tersebut kuantitatif dan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian tersebut dibutuhkan 100 responden untuk mengisi kuesioner yang telah disusun. Nilai koefisien regresi pada variabel *system quality* sebesar 0,359 dengan nilai hitung t sebesar 3,703, variabel *information quality* sebesar 0,501 dengan nilai hitung t sebesar 4,783, dan variabel *service quality* sebesar 0,397 dengan nilai hitung t sebesar 3,578. Hasil yang didapatkan adalah faktor yang berpengaruh terhadap *user satisfaction* pada Lion Airlines dan Sriwijaya Airlines adalah *information quality*. Peneliti menggunakan model milik DeLone dan McLean sebagai pendukung penelitian yang dilakukan.



Gambar 2.1 Model DeLone dan McLean

2.1.2 Barnes dan Vidgen (2002)

Penelitian yang dilakukan Barnes & Vidgen bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas layanan sebuah *e-Commerce* dengan menggunakan metode bernama *webqual 4.0*. Dalam metode *webqual* terdapat 3 dimensi pengukur yaitu *usability*, *information quality* dan *service interaction quality* yang memiliki variabel dalam ketiga dimensi tersebut. Dalam dimensi *usability* terdapat variabel *usability* dan *design*, dalam dimensi *information quality* terdapat variabel *information*, dan dalam dimensi *service interaction* terdapat variabel *trust* dan *empathy*. Peneliti menguji tiga toko buku online yaitu Amazon, BOL, dan Internet Bookstore dengan cara menyebarkan kuesioner yang akan diolah dengan aplikasi SPSS.

2.1.3 Chiew dan Salim (2003)

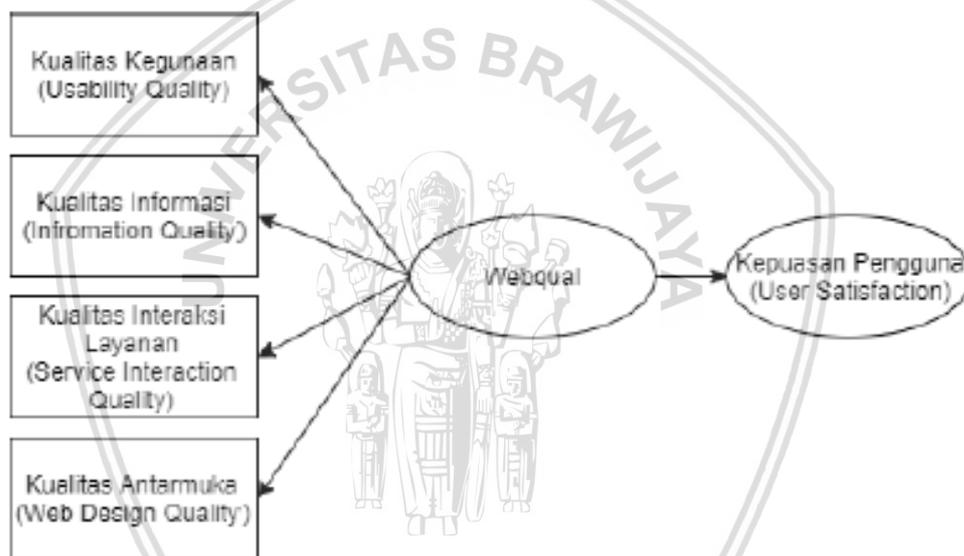
Dalam penelitian ini, Chiew & Salim melakukan evaluasi terhadap *usability* pada *website* dengan cara mengumpulkan permasalahan mengenai *usability website* dan telah terkumpul menjadi 20 kriteria untuk mengukur *usability* pada *website* yang terbagi atas 4 kategori, pertama adalah *content*, *organisation*, dan *readibility*, kedua adalah *navigation* dan *links*, ketiga adalah *user interface design*, dan terakhir adalah *performance* dan *effectiveness*. Untuk membuat alat/media evaluasi dibutuhkan pedoman *usability*, alat tersebut dinamakan WEBUSE yang bekerja dengan cara meminta pengunjung pada *website* mengevaluasi *website* dengan pertanyaan yang telah disediakan dalam WEBUSE.

2.1.4 Taylor dan Baker (1994)

Dalam penelitian ini Taylor dan Baker bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel *service quality* dan *customer satisfaction* terhadap variabel *purchase intention*. Penelitian dilakukan terhadap 4 industri penyedia layanan yaitu *communication*, *transportation*, *recreation*, dan *health care service*. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa peneliti melakukan 5 tahapan penelitian, mempelajari *service quality* dan *customer satisfaction* pada penelitian sebelumnya, menelaah hipotesis, menjelaskan metodologi penelitian, menjelaskan hasil, dan penjabaran hasil.

2.1.5 Irianto Bunga Pratama (2017)

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu bertujuan untuk melakukan sebuah analisis kepuasan pengguna pada sebuah aplikasi berbasis web bernama Gotomalls.com menggunakan 4 dimensi yang beberapa dari dimensi tersebut terdapat pada webqual yang merupakan perkembangan dari servqual, 3 dimensi tersebut adalah *Service Interaction Quality*, *Usability Quality*, dan *Information Quality*, untuk dimensi tambahan yang digunakan adalah *Web Design Quality*. Ketiga dimensi tersebut akan dihubungkan dengan variabel kepuasan mahasiswa atau *Customer Satisfaction*. Menurut perhitungan yang dilakukan peneliti, jumlah responden yang harus didapatkan sejumlah 399 pengguna namun total responden yang didapatkan berjumlah jauh lebih kecil yaitu 83 responden yang telah diukur melalui skala Likert. Untuk mengkalkulasi hasil perhitungan data yang didapatkan, peneliti menggunakan perhitungan model SEM pada *software* SmartPLS.



Gambar 2.2 Model Penelitian Pratama (2017)

2.1.6 Perbandingan Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Sebelumnya dan Sekarang

No.	Peneliti	Judul	Subjek dan Metode Analisis
1	Wendy Ariesta (2013)	Pengaruh <i>System Quality</i> , <i>Information Quality</i> , dan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>User Satisfaction</i> Website Lion Airline dan Sriwijaya Airlines	Menganalisis faktor <i>system quality</i> , <i>information quality</i> , dan <i>service quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i> dengan studi kasus Lion Airlines dan Sriwijaya Airlines dengan jumlah responden sebanyak 100. Data diolah dengan analisis regresi linear berganda.

2	Barnes & Vidgen (2002)	<i>An Integrative Approach To The Assessment Of E-Commerce Quality</i>	Menganalisis faktor yang berkaitan beberapa <i>e-Commerce</i> yang akan diteliti menggunakan metode webqual 4.0. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner yang didapatkan sejumlah 376, 143 dari Amazon, 117 dari BOL, 116 dari Internet Bookshop, kemudian diolah dengan menggunakan SPSS dan Ms Excel.
3	Chiew & Salim (2003)	<i>Webuse: Website Usability Evaluation Tool</i>	Meneliti faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi usability sebuah <i>website</i> dan menjadikannya sebagai sebuah pedoman yang dinamakan WEBUSE. Pedoman tersebut diukur menggunakan skala Merit. Pembangunan WEBUSE melibatkan 40 responden yang dipilih secara acak.
4	Taylor & Baker (1994)	<i>An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumers Purchase Intentions</i>	Meneliti faktor yang mempengaruhi keinginan individu dalam melakukan transaksi. Studi kasus yang digunakan adalah <i>communication, transportation, recreation, dan health care service</i> .
5	Irianto Bunga Pratama (2017)	Analisis Kepuasan Pengguna pada Situs Gotomalls.com Menggunakan Metode Webqual	Meneliti pengaruh variabel dari metode webqual 4.0 terhadap variabel kepuasan pengguna. Penelitian menggunakan 83 data untuk mendapatkan hasil yang diolah menggunakan SEM.
6	Penilitan Saat Ini	Analisis Kualitas Layanan Situs Klostix.com Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan metode WebQual 4.0	Meneliti faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna pada <i>e-Commerce</i> klostix.com dengan menggunakan metode webqual 4.0. Penelitian ini memilih responden berdasarkan pengguna yang telah



			melakukan transaksi dengan klostix.com. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.
--	--	--	---

2.2 Landasan Teori

2.2.1 E-Commerce

E-Commerce adalah proses untuk melakukan penjual belian produk yang diinginkan secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan (Laudon & Laudon, 1998). *E-Commerce* pertama dibuat di USA dan beberapa negara di Eropa pada tahun 1998. Pada tahun 2005, *e-Commerce* tersebar sangat cepat di Amerika, Eropa, dan Asia Timur, beberapa orang mengatakan bahwa menggunakan *e-Commerce* sama saja dengan menggunakan internet namun dikarenakan biaya yang diperlukan, hanya institusi bisnis dan keuangan yang dapat menggunakannya.

e-Commerce memiliki beberapa kelebihan seperti; dapat melakukan perbelanjaan selama 24 jam, menghilangkan pembiayaan pada bagian yang dapat digantikan seperti biaya operasional pada toko offline, dapat digunakan dimana saja, lebih mudah untuk membandingkan harga dan pastinya disamping kelebihan yang dimiliki, terdapat kelemahan juga seperti keamanan pada *website* tidak pasti, barang yang akan dibeli tidak terjamin bagus atau tidak, dan tentu saja mengurangi kontak sosial (Yaser, 2013).

e-Commerce memiliki berbagai macam tipe seperti:

- *Business to Business (B2B)*
Proses ini hanya dilakukan oleh perusahaan antar perusahaan dalam mengirimkan jasa maupun produk yang ditawarkan.
- *Business to Consumer (B2C)*
Proses ini dilakukan oleh perusahaan dan pelanggan, untuk melakukan transaksi maka dibutuhkan *storefronts* untuk melakukan pemasaran produk maupun jasa yang dapat digunakan oleh pelanggan.
- *Consumer to Business (C2B)*
Proses ini adalah pengiriman barang, jasa, dan informasi dari perorangan kepada bisnis atau model bisnis yang dimana pengguna akhirnya akan membuat produk tersebut.
- *Consumer to Consumer (C2C)*
Transaksi yang dilakukan oleh jenis ini melibatkan antara pengguna yang akan membuat keputusannya sendiri atas bisnis yang dilakukan.

2.2.3 Webqual 4.0

WebQual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. WebQual 4.0 merupakan hasil perbaikan dari Webqual 1.0, 2.0, 3.0 yang mencapai sebuah hasil bahwa Webqual memerlukan 3 dimensi yaitu *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality*. Webqual sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaannya.

Versi pertama dari instrumen WebQual (WebQual 1.0) dikembangkan sebagai bagian dari hasil lokakarya yang diselenggarakan dengan melibatkan para siswa yang diminta untuk mempertimbangkan kualitas *website* sekolah. Instrumen WebQual disaring melalui proses perbaikan secara iteratif dengan menggunakan kuesioner percobaan sebelum disebarakan untuk populasi yang lebih besar. Dua puluh empat pertanyaan di dalam instrumen WebQual diuji dengan aplikasi dalam ruang lingkup *website* sekolah bisnis di Inggris. Analisis dari data yang dikumpulkan mendorong penghapusan atas satu item pertanyaan. Berdasarkan analisis reliabilitas, tersisa 23 pertanyaan yang kemudian dikelompokkan menjadi empat dimensi utama, yaitu kemudahan penggunaan, pengalaman, informasi, komunikasi dan integrasi (Barnes dan Vidgen, 2001).

Kualitas yang diidentifikasi dalam WebQual 1.0 membentuk titik awal untuk menilai kualitas informasi dari suatu *website* di WebQual 2.0. Namun demikian, dalam penerapan WebQual, pada *website* berjenis B2C (*Business to Consumer*) terlihat jelas bahwa perspektif interaksi kualitas tidak terwakili dengan baik dalam WebQual 1.0. Terkait dengan kualitas pelayanan, terutama SERVQUAL, digunakan untuk meningkatkan aspek kualitas informasi dari WebQual dengan kualitas interaksi. Kualitas layanan umumnya didefinisikan dengan seberapa baik layanan yang disampaikan apakah sesuai dengan eskpektasi pelanggan.

Pengembangan WebQual 2.0 memerlukan beberapa perubahan signifikan pada instrumen WebQual 1.0. Dalam rangka memperluas pemahaman mengenai kualitas interaksi, Barnes dan Vidgen (2001) melakukan analisis terhadap instrumen SERVQUAL dan membuat perbandingan rinci antara SERVQUAL dan WebQual 1.0. Tinjauan ini berhasil mengidentifikasi pertanyaan yang mubazir dan kemudian wilayah yang tumpang tindih dihapus, hasilnya sebagian besar pertanyaan-pertanyaan kunci dalam SERVQUAL tidak sesuai dengan WebQual 2.0, jumlah instrumen dengan 24 pertanyaan tetap dipertahankan (Barnes dan Vidgen, 2001).

WebQual 1.0 mungkin kuat dalam hal kualitas informasi, namun kurang kuat dalam hal interaksi layanan. Demikian juga untuk WebQual 2.0 yang menekankan kualitas interaksi menghilangkan beberapa kualitas informasi dari WebQual 1.0. Kedua versi tersebut mengandung berbagai kualitas terkait dengan *website* sebagai artefak perangkat lunak. Setelah melakukan pengkajain pada kedua webqual tersebut maka dibuatlah webqual 3.0. Dalam tinjauan yang dilakukan oleh Barnes dan Vidgen (2001) menemukan bahwa semua kualitas

dapat dikategorikan menjadi tiga wilayah yang berbeda, yaitu kualitas *website*, kualitas informasi, dan kualitas interaksi pelayanan. Versi baru WebQual 3.0 telah diuji dalam domain lelang online (Barnes dan Vidgen, 2001).

Setelah analisis yang dilakukan terhadap *webqual 3.0*, hasil yang didapatkan dapat mengatakan bahwa tiga dimensi dari *website* adalah *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Isi dari *webqual 4.0* didapatkan melalui beberapa bantuan literatur yang digunakan dalam penelitian. Dalam *webqual 4.0*, *usability* telah dibangun berdasarkan penelitian mengenai *human computer interaction* (Davis 1989, 1993, Nielsen 1993). *Usability* fokus pada bagaimana pengguna merasakan dan berinteraksi dengan *website* seperti apakah mudah untuk melakukan navigasi, apakah desain *website* cocok dengan konsep *website*.

Webqual telah dikembangkan melalui *workshop*, analisis faktor yang dilakukan secara berkelompok, dan tinjauan pustakan mengenai tiga faktor penting pada penelitian, faktor *information quality* melalui penelitian mengenai sistem informasi, faktor *service interaction* penelitian mengenai pemasaran, dan faktor *usability* melalui penelitian mengenai *human computer interaction*.

Berdasarkan penjelasan maka dapat dikatakan bahwa dalam *webqual 4.0* terdapat tiga dimensi yang digunakan untuk mengukur sebuah kualitas *website* yaitu dimensi *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Penjelasan mengenai ketiga dimensi tersebut terdapat pada sub bab dibawah ini:

2.2.3.1 Usability

Usability adalah dimensi yang menjelaskan atau mengukur seberapa mudah penggunaan suatu antar muka (interface). Kata "*Usability*" juga merujuk pada suatu metode untuk meningkatkan kemudahan pemakaian selama proses desain. Berikut ini adalah indikator pertanyaan dimensi *Usability*:

Tabel 2.2 Dimensi Usability

No.	Variabel yang diukur
1	Website mudah untuk dipelajari dalam pengoperasiannya
2	Website berisikan konten yang jelas dan mudah dimengerti
3	Website memiliki kemudahan navigasi
4	Website mudah digunakan
5	Website memiliki tampilan yang menarik
6	Website memiliki desain yang sesuai dengan jenis website
7	Website dapat berkompetisi
8	Website memberikan pengalaman positif

2.2.3.2 Information Quality

Kualitas Informasi dapat diukur berdasarkan dari tiga aspek penilaian yaitu : informasi harus akurat, tepat waktu, dan relevan. Berikut ini adalah indikator pertanyaan dimensi *Information Quality*:

Tabel 2.3 Dimensi *Information Quality*

No.	Variabel yang diukur
1	Website menyediakan informasi yang cukup jelas dan akurat
2	Website menyediakan informasi yang dapat dipercaya
3	Website menyediakan informasi yang mutakhir
4	Website menyediakan informasi yang relevan
5	Website menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami
6	Website menyajikan informasi yang lengkap dan terperinci
7	Website menyajikan informasi dalam format yang sesuai dengan kebutuhan/proposional

2.2.3.3 Service Interaction

Kualitas interaksi adalah dimensi untuk sejauh mana sistem dapat berinteraksi kepada pengguna, baik organisasi atau pengguna lainnya, agar hubungan terhadap sistem dapat berjalan dengan terus menerus. Berikut ini adalah indikator pertanyaan dimensi *Interaction Quality*:

Tabel 2.4 Dimensi *Service Interaction*

No.	Variabel yang diukur
1	Website mempunyai reputasi yang baik
2	Website memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi
3	Website memberikan rasa aman terhadap informasi personal
4	Website memberikan kesan personal
5	Website memiliki adanya suasana komunitas
6	Website memudahkan komunikasi dengan komunitas
7	Website meyakinkan bahwa servis akan di kirimkan dengan baik

2.2.4 Kepuasan Pelanggan

Pengertian Kepuasan menurut Oliver yang disitasi dalam Supranto (2001:233) merupakan tingkatan perasaan yang telah dibandingkan proses dan hasil yang didapat dengan harapan pengguna. Artinya, tingkat kepuasan dapat diartikan sebagai kinerja yang dirasakan disertai harapan. Sedangkan menurut Khotler (2000:36) pengertian kepuasan adalah perasaan yang dirasakan pelanggan terhadap perasaan senang maupun kecewa yang didapatkan dari perbedaan mengenai penampilan sebuah produk dengan harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menurut Susila yang disitasi dalam Usahawan (2004:31) adalah evaluasi secara spesifik mengenai keseluruhan pelayanan yang telah diberikan pada pemberi layanan, maka dari itu kepuasan pelanggan dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang telah dialami saat melakukan proses pemberian layanan.

Menurut Engel et al., yang telah disitasi dalam penelitian Setiawati (2006) terdapat tiga bagian untuk menilai kepuasan pelanggan, hal tersebut adalah:

1. Dikonfirmasikan positif, hasil kinerja yang diberikan lebih baik dari harapan pelanggan.
2. Dikonfirmasikan sederhana, hasil kinerja sesuai dengan harapan pelanggan.
3. Dikonfirmasi negatif, hasil kinerja tidak sesuai bahkan lebih buruk dari harapan pelanggan.

2.2.5 Populasi dan Sampel

Menurut Amirullah, populasi adalah keseluruhan dari beberapa elemen yang mempunyai sejumlah karakteristik yang umum, atau sekelompok individu (orang-orang), peristiwa maupun barang yang diminati oleh peneliti untuk diteliti dan hasilnya dapat digunakan untuk membuat kesimpulan yang ingin dicapai. Pengertian sampel sendiri merupakan suatu bagian kelompok dari populasi yang telah dipilih dalam penelitian yang akan dilakukan.

Sampling memiliki salah satu jenis yaitu Non-Probability Sampling:

2.2.5.1 Non-Probability Sampling

Dalam sampling ini, peneliti tidak diperlukan untuk memiliki acuan dalam elemen apakah yang harus masuk kedalam sampel, yang dimana artinya peneliti bebas untuk memilih individu maupun benda untuk menjadi sampel. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan sampling ini tidak terlalu memperhitungkan penilaian secara objektif yang telah didapat dan juga pemilihan elemen didasari oleh pendapat pribadi peneliti. Teknik ini terbagi menjadi beberapa golongan, yaitu:

1. *Convenience Sampling*

Teknik sampling ini digunakan untuk memilih sampel, pada teknik ini tidak ditetapkan mengenai bagaimana seharusnya sampel diambil, peneliti diperbolehkan memilih sampel dengan kondisi apapun.

2. *Judgemental Sampling*

Teknik sampling ini didasari oleh pertimbangan yang telah dibuat untuk mendapatkan sampel yang memiliki karakteristik maupun kriteria yang dibutuhkan pada penelitian.

3. *Snowball Sampling*

Teknik sampling ini cukup sering digunakan jika peneliti tidak mengetahui jumlah populasi mengenai studi kasus yang diteliti. Saat peneliti mendapatkan responden pertama, maka peneliti akan meminta petunjuk mengenai responden selanjutnya yang sekiranya memenuhi kriteria untuk menjadi responden dan begitu seterusnya.

4. *Purposive Sampling*

Teknik sampling ini merupakan teknik penentuan sampel dengan cara mempertimbangkan responden yang akan dipilih. Responden yang dipilih adalah individu yang memiliki potensi untuk menjawab pertanyaan pada kuesioner. Hal tersebut dilakukan karena kuesioner disebar untuk mengetahui tujuan tertentu dengan lebih spesifik.

2.2.6 Kuesioner

Kuesioner atau dapat dikatakan sebagai angket, yang merupakan metode untuk melakukan pengumpulan data yang akan digunakan dalam sebuah penelitian dengan membuat sedaftar pertanyaan maupun pernyataan yang akan dijawab oleh responden. Angket terbagi menjadi tiga bagian yaitu; angket tertutup, angket terbuka, dan angket tertutup-terbuka. Angket tertutup adalah angket yang memiliki alternatif terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diberikan sehingga responden hanya tertuju untuk menjawab sebatas jawaban yang telah disediakan. Angket terbuka adalah angket yang tidak memiliki jawaban pasti mengenai pertanyaan atau pernyataan yang diberikan sehingga responden dapat memberikan jawaban apapun. Angket tertutup-terbuka adalah sebuah kombinasi dari kedua angket tersebut (Walgito, 1999:35-37).

2.2.7 Skala Likert

Skala likert adalah ukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan sudut pandang suatu individu maupun kelompok mengenai suatu gejala. Menurut Liker (1932), skala memiliki tiga cara untuk melakukan penilaian jawaban responden, pertama dengan jawaban iya atau tidak, kedua dengan memberi pertanyaan maupun pertanyaan yang berisi suatu kondisi, ketiga dengan cara memberik tanggapan pada sebuah pernyataan yang memiliki 5

pilihan jawaban. Umumnya skala likert digunakan pada kuesioner dan memiliki jenjang nilai mulai dari Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju berurutan mulai dari 1 hingga 5.

Tabel 2.5 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

2.2.8 Pilot Study

Menurut Barbara(2005), pilot study dapat diartikan sebagai sebagian dari pembelajaran yang menguji atau melibatkan protokol penelitian, pengukuran, pengumpulan strategi dan pengalaman, serta teknik analisis data. Menurut Issac dan Michael (1995), responden berjumlah 10 hingga 30 memiliki banyak keuntungan yaitu kesederhanaan, perhitungan yang mudah, mampu untuk dilakukan uji hipotesis, dan menilai kurangnya kuesioner. Untuk alasan yang sama, Hill (1998) menganjurkan 10 hingga 30 responden untuk menjadi pilot pada survei penelitian. Pilot study juga dapat dikatakan sebagai *feasibility research* (studi kelayakan). Untuk melakukan pengujian pada pilot study terdapat 2 pengujian yaitu Uji Validitas dan Uji Realibilitas.

2.2.8.1 Uji Realibilitas

Pengujian inii dilakukan untuk mengetahui bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian mampu untuk menjelaskan tingkat konsistensi, dalam pengujian ini nilai *Cronbach's Alpha* yang dapat menjelaskan realibilitas kuesioner (Field, 2009).

Tabel 2.6 Kriteria Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha	Kriteria
$\alpha > 0,9$	<i>Excellent</i>
$0,7 < \alpha < 0,9$	<i>Good</i>
$0,6 < \alpha < 0,7$	<i>Acceptable</i>
$0,5 < \alpha < 0,6$	<i>Poor</i>
$\alpha < 0,5$	<i>Unacceptable</i>

2.2.8.2 Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang akan disebarkan sudah valid atau sah. Menurut Gozhali (2016), kuesioner yang dapat dikatakan valid adalah kuesioner yang dapat mengukur data atau nilai yang akan diukur pada kuesioner. Pengujian ini diukur menggunakan nilai *Pearson Correlation* yang menandakan nilai suatu kuesioner valid jika bernilai signifikan pada 0,01(**) atau 0,05(*).

2.2.9 Screening Data

2.2.9.1 Uji Outlier

Pengujian data outlier adalah salah satu cara untuk mengetahui apakah data memiliki nilai yang jauh berbeda dengan data lainnya sehingga akan menimbulkan nilai yang tidak wajar dan hal tersebut akan memicu tingginya nilai standar deviasi (Field, 2009)

Menurut Anscombe (1960) terdapat dua kategori penyebab terjadinya data outlier yaitu peningkatan nilai yang disebabkan oleh error pada data dan data yang berubah ubah.

2.2.9.2 Missing Data

Pengujian missing data untuk mengetahui apakah terdapat data yang memiliki nilai kosong, hal tersebut dapat dikarenakan responden melewatkan bagian pada kuesioner yang menyebabkan kuesioer tersebut tidak dapat diolah agar tidak menimbulkan masalah pada perhitungan (Field, 2009).

2.2.9.3 Uji Kecukupan Data

Pengujian ini menggunakan Kaiser-Meyer-Olkin yang akan melakukan perhitungan terhadap variabel individu dan menilai apakah sampel telah cukup untuk melakukan penelitian.

Tabel 2.7 Kriteria Kaiser-Meyer-Olkin

Nilai KMO	Kriteria
$a < 0,5$	<i>Not Acceptable</i>
$0,5 < a < 0,7$	<i>Mediocre</i>
$0,7 < a < 0,8$	<i>Good</i>
$0,8 < a < 0,9$	<i>Great</i>
$a > 0,9$	<i>Superb</i>

2.2.10 Uji Asumsi Dasar

2.2.10.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk menilai penyebaran data pada sebuah kumpulan data maupun variabel dan untuk mengetahui apakah data yang telah didapatkan berdistribusi normal (Anwar, 2013). Dalam melakukan analisis data dengan menggunakan metode parametrik, data yang dibutuhkan harus bersifat normal, apabila data tidak bersifat normal maka metode yang digunakan adalah non-parametrik.

2.2.10.2 Uji Homogenitas

Uji Homogenitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui perbedaan antar populasi, apakah varian skor yang telah dinilai pada sampel memiliki varian yang sama atau tidak. Populasi dengan varian yang sama besar dinamakan dengan varian homogen, sedangkan yang tidak dinamakan varian heterogen (Hafizah)

2.2.10.3 Uji Linearitas

Uji Linearitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan linear antar beberapa variabel yang diujikan. Jika sebuah penelitian menggunakan teknik analisis regresi maka uji linearitas merupakan salah satu syarat uji yang harus dilakukan.

2.2.11 Uji Asumsi Klasik

2.2.11.1 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah pengujian yang digunakan untuk menilai tingkat hubungan yang saling mempengaruhi antar variabel melalui besaran koefisien korelasi. Multikolinearitas dapat terjadi apabila koefisien korelasi antara variabel bebas memiliki nilai lebih dari 5 dan jika nilai lebih kecil dari 5 maka tidak terjadi multikolinearitas (Bakar, 2014). Batas nilai pengujian multikolinearitas dinamakan sebagai *Variance Inflation Factors (VIF)*.

2.2.11.2 Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengukur mengetahui apakah terdapat tidak samaan varian dari residual untuk seluruh pengamatan pada model. Heterokedastisitas salah satu faktor yang akan mengakibatkan model regresi linear tidak efisien (Gasperz, 1991).

2.2.11.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antar kesalahan pada periode t dengan $t-1$, hal tersebut menandakan kondisi sebelumnya mempengaruhi kondisi saat ini. Data dapat dikatakan baik jika tidak terdapat autokorelasi (Ghozali, 2013). Uji autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson yang

digunakan untuk mengetahui autokorelasi dan mengatakan konstanta pada model regresi.

H0: tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H1: terdapat autokorelasi (r tidak sama dengan 0)

Tabel 2.8 Tabel keputusan Durbin Watson

Hipotesis 0	Keputusan	Jika
Tidak terdapat autokorelasi positif	Ditolak	$0 < d < dL$
Tidak terdapat autokorelasi positif	Tidak diputuskan	$dL \leq d \leq dU$
Tidak terdapat autokorelasi negatif	Ditolak	$4 - dL < d < 4$
Tidak terdapat autokorelasi negatif	Tidak diputuskan	$4 - dU \leq d \leq 4 - dL$
Tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif	Diterima	$dU < d < 4 - dU$

Sumber: (Ghozali, 2016)

2.2.12 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi merupakan pengukur yang dapat menilai hubungan yang menjadi perantara antar variabel dependen dan variabel independen (Farida, 2010). Jika hanya terdapat satu variabel independen maka disebut regresi linear sederhana. Apabila model tersebut memiliki variabel independen melebihi 1 maka disebut regresi linear berganda (Kurniawan, 2008). Regresi linear berganda memiliki persamaan yaitu

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Y' = variabel dependen

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi variabel 1

b_2 = koefisien regresi variabel 2

X_1 = variabel independen 1

X_2 = variabel independen 2

N = jumlah variabel

Untuk melakukan analisis terhadap pengujian Regresi Linear Berganda terdapat analisis yang harus dilakukan, yakni:



2.2.12.1 Uji Tabel F

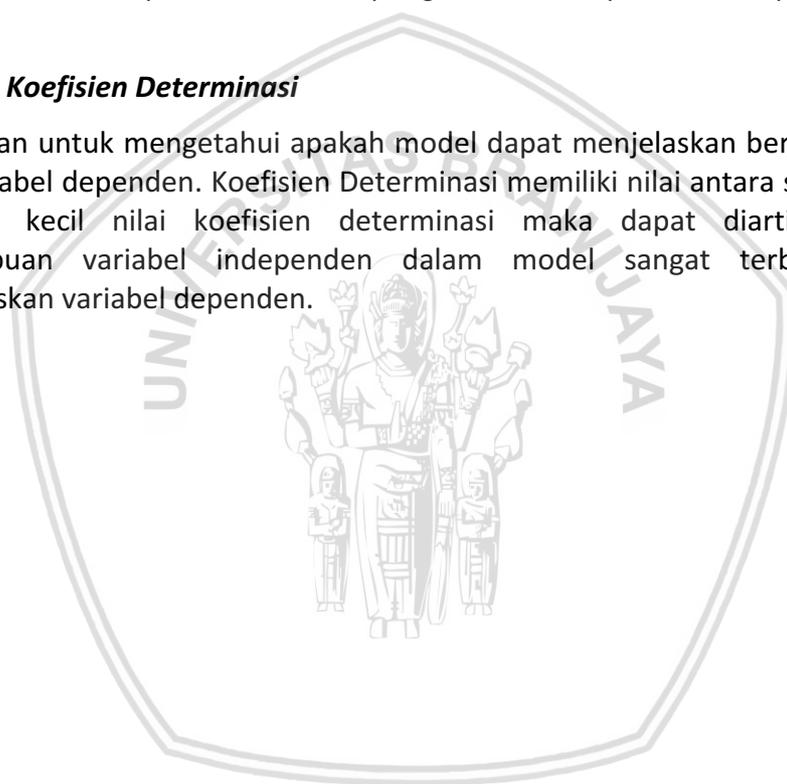
Digunakan untuk mengetahui bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hal tersebut dapat diketahui apabila nilai signifikan variabel kurang dari 0,05 maka dapat diartikan variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Hair, 2010).

2.2.12.2 Uji Tabel T

Digunakan untuk mengetahui bahwa setiap variabel indeoenden memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hal tersebut dapat diketahui apabila nilai signifikan variabel kurang dari 0,05 maka dapat diartikan setiap variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Hair, 2010).

2.2.12.3 Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengetahui apakah model dapat menjelaskan berbagai variasi dari variabel dependen. Koefisien Determinasi memiliki nilai antara satu dan nol, semakin kecil nilai koefisien determinasi maka dapat diartikan bahwa kemampuan variabel independen dalam model sangat terbatas untuk menjelaskan variabel dependen.

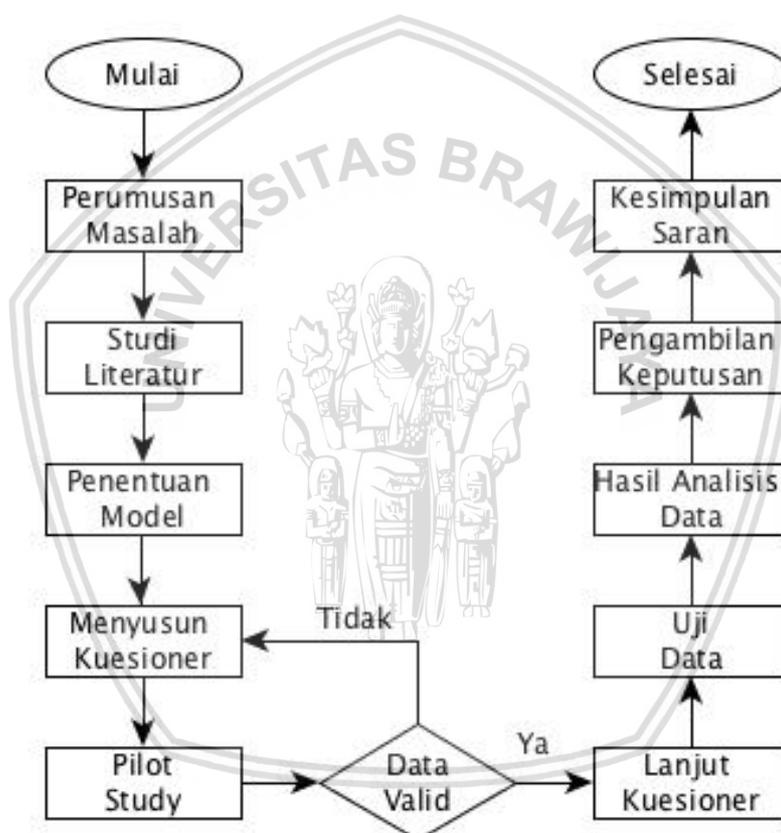


BAB 3 METODOLOGI

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini bersifat analitik kuantitatif yang melakukan survey terhadap beberapa responden untuk mengumpulkan data mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada sebuah *e-Commerce* melalui kuesioner yang disebarakan secara online.

3.2 Alur Penelitian



Gambar 3.1 Alur penelitian

Untuk melakukan penelitian ini, terdapat urutan kegiatan yang ditentukan agar mempermudah penelitian. Dimulai dengan melakukan perumusan masalah yang akan diselesaikan pada penelitian, tahapan kedua adalah mencari berbagai sumber atau referensi mengenai penelitian terkait yang telah dilakukan melalui jurnal, namun juga dapat ditemukan dalam buku. Setelah peneliti menemukan referensi yang cocok untuk mendukung penelitian yang dilakukan maka akan dibuat model penelitian berdasarkan model yang telah didapatkan dalam jurnal

maupun buku. Sesaat model telah selesai disusun maka akan dilakukan penyusunan kuesioner berdasarkan model yang telah dibuat. Setelah kuesioner selesai disusun maka akan dibagikan kepada 30 orang untuk melakukan pilot study, pilot study adalah uji kelayakan kuesioner sebelum kuesioner benar benar disebar. Pilot study diolah dengan uji realibilitas dan validitas, jika hasil pilot study lolos kedua uji tersebut maka kuesioner akan disebar kepada responden lainnya dengan menggunakan metode Snowball sampling dimana peneliti mendapatkan responden lainnya melalui responden awal, cara tersebut dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh responden awal kepada responden berikutnya yang menurut responden awal memiliki potensi untuk melakukan pengisian kuesioner penelitian hingga jumlah responden yang dibutuhkan terpenuhi.

Kuesioner akan berhenti disebar jika peneliti telah mendapat jumlah yang cukup yaitu 45 hingga 60 responden berdasarkan metode pengumpulan responden menurut Hair (2010) yang dilanjutkan ke dalam tahap pengujian. Pengujian data memiliki banyak metode pengujian yang harus dilewati seperti uji missing data, uji outlier, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda. Saat uji regresi linear berganda selesai dilakukan maka peneliti akan mencapai sebuah hasil yang dapat ditelaah dengan uji kelayakan hipotesis. Setelah semua pengujian berhasil dilakukan maka peneliti dapat membuat sebuah kesimpulan melalui hasil dari berbagai analisis yang telah dilakukan sehingga munculah sebuah kesimpulan dari seluruh penelitian yang telah dilakukan serta saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk pembaca.

3.2.1 Perumusan Masalah

Pada langkah ini, peneliti mempelajari mengenai hal dirasa kurang benar atau kurang baik pada sebuah studi kasus. Lalu menelaah masalah apa saja yang dapat diselesaikan dalam studi kasus tersebut, dalam penelitian ini adalah website kiostix.com.

3.2.2 Studi Literatur

Pada langkah kedua dalam penelitian, terdapat proses pembelajaran tentang seluruh teori pendukung serta pemahaman secara kepustakaan dalam penelitian. Peneliti mendapatkan teori terkait melalui jurnal, buku, dan sumber informasi lainnya. Dalam penelitian ini terdapat sejumlah teori pendukung yaitu:

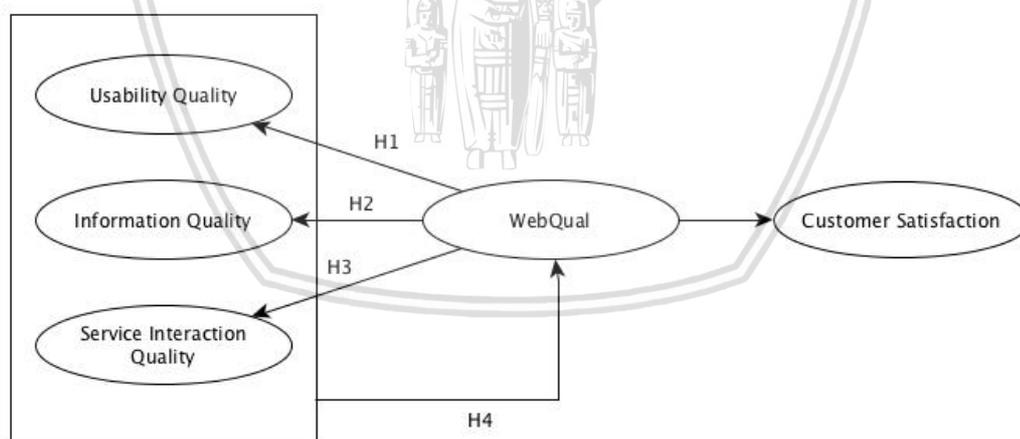
1. Pengertian *e-Commerce*
2. Perkenalan Kiostix.com
3. WebQual 4.0
4. Kepuasan Pengguna
5. Populasi dan Sampel
6. Kuesioner
7. Skala Likert

8. Pilot Study
9. Screening Data
10. Uji Asumsi Dasar
11. Uji Asumsi Klasik

3.2.3 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan model yang merupakan gabungan model yang didapatkan melalui referensi yang dipelajari. Model yang terdapat pada penelitian ini merupakan hasil dari penelitian Irianto Bunga Pratama (2017) yang berjudul “Analisis Kepuasan Pengguna pada Situs Gotomalls.com Menggunakan Metode Webqual” dalam penelitian tersebut terdapat empat variabel independen yaitu *usability quality*, *information quality*, *service interaction quality*, dan *web design quality* kemudian dihubungkan kepada variabel dependen yaitu *customer satisfaction*. Namun dikarenakan penelitian ini juga mengacu pada penelitian Barnes & Vidgen (2002) yang berjudul yaitu “*An Integrative Approach To The Assessment Of E-Commerce Quality*” maka variabel yang digunakan hanya *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* sebagai variabel independen yang dihubungkan dengan variabel *customer satisfaction* sebagai variabel dependen.

Pada model penelitian terdapat 1 variabel dependen yaitu *Customer Satisfaction* dan 3 variabel independen yaitu *Usability Quality*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality*.



Gambar 3.2 Model Penelitian Saat Ini

3.2.4 Kuesioner

Dalam penelitian ini dilakukan pengumpulan data menggunakan cara penyebaran kuesioner kepada pengguna kiostix.com atau disebut responden. Kuesioner telah disusun berdasarkan penelitian terdahulu milik Stuart J. Barnes & Richard T. Vidgen (2002) dan Steven A. Taylor & Thomas L. Baker (1994).

Dalam kuesioner terdapat sejumlah pernyataan mengenai perasaan dan pendapat pengguna saat menggunakan kiostix.com.

Untuk membagikan kuesioner kepada pengguna secara luas dan mudah, peneliti memilih menggunakan Google Form untuk menyusun kuesioner agar kuesioner dapat diisi oleh responden yang pernah menggunakan kiostix.com kapan saja dan dimana saja. Kuesioner berisikan 24 pernyataan yang memiliki 5 poin yaitu “sangat tidak setuju”, “tidak setuju”, “netral”, “setuju”, dan “sangat setuju” berurutan mulai poin pertama hingga terakhir. Peneliti menilai kuesioner dengan skala likert karena terdapat banyak teori termasuk penelitian yang digunakan sebagai landasan pustaka penelitian ini, yang telah menggunakan skala likert untuk penilaian dalam kuesionernya.

Tabel 3.1 Tabel Kuesioner Penelitian Saat Ini

Dimensi	Pernyataan Penelitian Saat Ini
<i>Usability Quality</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kiostix.com memiliki konten yang up to date 2. Kiostix.com memiliki konten yang terorganisir dengan baik 3. Kiostix.com memberikan arahan dengan jelas agar pengguna dapat mengakses informasi yang diinginkan 4. Kiostix.com memiliki penempatan fitur yang mudah dipahami 5. Kiostix.com memiliki desain yang menarik 6. Kiostix.com tidak memiliki banyak iklan pada website tersebut 7. Saya merasa nyaman saat mengakses website kiostix.com 8. Kiostix.com adalah website yang efisien untuk digunakan 9. Kiostix.com memberikan respon sesuai dengan yang saya inginkan
<i>Information Quality</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi pada kiostix.com sesuai dengan apa yang saya cari 2. Informasi mengenai harga tiket tertulis dengan benar (terdapat rincian biaya yang harus saya bayar) 3. Informasi mengenai tahapan pembayaran yang harus saya lalui disampaikan dengan jelas 4. Konten pada kiostix.com mudah dibaca



<p><i>Service Interaction Quality</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa aman saat melakukan transaksi dalam kiostix.com 2. Kiostix.com menyimpan informasi pengguna dengan aman 3. Kiostix.com memiliki reputasi yang baik dalam memberikan layanan 4. Kiostix.com memberikan layanan yang lebih unggul dibandingkan kompetitor sejenis 5. Kiostix.com memberikan fitur akun personal saat melakukan transaksi 6. Kiostix.com memberikan ruang komunitas untuk saling berhubungan 7. Kiostix.com memberikan kontak yang dapat dihubungi oleh pengguna
<p><i>Customer Satisfaction</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam pelayanan dalam bidang ticketing, saya yakin saya akan puas dengan pelayanan kiostix.com 2. Secara keseluruhan, saya merasa senang dengan pelayanan kiostix.com 3. Saya percaya bahwa menggunakan kiostix.com merupakan pengalaman yang menyenangkan 4. Saya merasa akan menggunakan layanan kiostix.com secara terus menerus (loyal)

3.2.5 Penentuan Responden

Untuk mendapatkan data dibutuhkan seorang responden yang berpengalaman mengenai studi kasus dalam penelitian dan bersedia mengisi data pada kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah individu yang pernah menggunakan kiostix.com dalam hal pembelian tiket event. Kiostix.com adalah *e-Commerce* yang cukup besar sehingga jumlah pengguna kiostix.com tidak dapat diketahui, berdasarkan hal tersebut maka peneliti menentukan ukuran sampel yang mengacu kepada penelitian Hair (2010). Rekomendasi tersebut menjelaskan bahwa dibutuhkan 15 hingga 20 data untuk setiap variabel independen. Maka perhitungan minimal responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}
 N &= 15 \text{ hingga } 20 \times \text{jumlah variabel independen} \\
 &= 15 \text{ hingga } 20 \times 3 \\
 &= 45 \text{ hingga } 60 \text{ responden}
 \end{aligned}$$



Sehingga sampel minimal yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah 45 hingga 60 responden.

3.2.6 Skala Pengukuran

Data yang telah didapatkan melalui kuesioner akan diukur menggunakan skala Likert. Cara pengukuran tersebut digunakan untuk menilai sudut pandang, tingkah laku, dan pendapat yang dimiliki perseorangan maupun kelompok terhadap suatu studi kasus yang telah ditetapkan pada suatu penelitian. Skala Likert memiliki 5 skala penilaian yang akan dinilai oleh responden, yaitu yaitu "sangat tidak setuju", "tidak setuju", "netral", "setuju", dan "sangat setuju".

3.2.7 Pilot Study

Saat melakukan pilot study, peneliti melakukan dua pengujian yaitu uji realibilitas dan uji validitas. Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui berapa kali sebuah pernyataan memiliki atau menghasilkan sebuah data yang sama. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai hasil data yang sama pada sebuah pernyataan dalam waktu yang berbeda atau dari responden yang berbeda. Dalam uji realibilitas, untuk menilai hasil yang telah didapatkan adalah dengan menyocokkan dengan nilai Cronbach's Alpha.

Untuk uji validitas, dilakukan guna menilai apakah sebuah pernyataan memiliki nilai validitas yang atau apakah pernyataan yang terdapat pada kuesioner adalah pernyataan yang terdapat pada kuesioner dapat benar benar menjelaskan perihal yang ingin diukur oleh kuesioner. Suatu instrumen akan memiliki nilai validitas tinggi apabila dapat merepresentasikan fungsi ukur dalam kuesioner dengan tepat, apabila nilai validitas rendah maka kuesioner tidak akan memberi hasil data yang relevan mengenai kuesioner tersebut. Untuk melakukan uji validitas akan digunakan Pearson's Product Moment guna mengukur kelayakan indikator dalam kuesioner tersebut. Hasil pengujian dapat dikatakan valid apabila nilai Pearson Correlation signifikan pada 0,01(**) atau 0,05(*).

3.2.8 Uji Missing Data

Pengujian ini dilakukan untuk mencari tahu apakah terdapat data yang tidak terisi oleh responden saat melakukan pengisian kuesioner, dikarenakan hal tersebut dapat menyebabkan data tidak dapat diproses dengan benar. Maka dari itu setelah pengujian missing data dilakukan dan jika ditemukan sebuah nilai yang kosong pada sebuah data maka harus dihapus agar tidak menimbulkan nilai yang tidak benar sehingga akan berdampak pada seluruh pengujian selanjutnya.

3.2.9 Uji Outlier Data

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah terdapat sebuah atau beberapa nilai yang memiliki perbedaan besar dengan nilai pada data lainnya. Karena jika terdapat sejumlah nilai yang memiliki perbedaan signifikan dengan nilai lainnya, hal tersebut dapat membuat hasil data menjadi menyimpang sehingga standar deviasi juga akan meningkat. Maka dari itu jika ditemukan sebuah data yang

memiliki nilai yang sangat berbeda, data tersebut harus dibuang agar tidak berdampak buruk pada tahap pengujian selanjutnya.

3.2.10 Uji Asumsi Dasar

3.2.10.1 Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk mencari tahu apakah data yang telah didapatkan berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang akan diteliti berdistribusi normal maka akan dilakukan pengujian Kolmogorov-Smirnov, dimana pengujian itu memiliki batasan signifikan sebesar 0,05 atau 5% jika data memiliki nilai lebih dari itu maka data yang akan digunakan dalam penelitian adalah normal. Untuk melakukan uji T dan uji F pada penelitian kali ini, data harus berdistribusi normal.

3.2.10.2 Uji Linearitas

Pengujian ini dilakukan untuk mencari tahu apakah terdapat variabel yang memiliki hubungan linear antar variabel. Untuk melakukan analisis regresi maka hasil dari pengujian ini harus memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05.

3.2.10.3 Uji Homogenitas

Pengujian ini digunakan untuk mencari tahu varian homogenitas pada data yang akan diolah untuk melakukan penelitian. Uji homogenitas menjelaskan bahwa populasi yang terdapat pada sampel memiliki nilai varian yang sama. Pengujian ini menggunakan uji Levene's yang memiliki nilai signifikan 0,05 maka apabila hasil pengujian Levene's pada data bernilai signifikan lebih besar dari 0,05 dapat diartikan bahwa data yang diperoleh memiliki nilai varian yang hampir sama atau tidak jauh berbeda, jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka dapat diartikan bahwa data yang diperoleh memiliki nilai varian yang berbeda. Namun pengujian ini tidak harus dilakukan pada sebuah penelitian.

3.2.11 Uji Asumsi Klasik

3.2.11.1 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah terdapat hubungan linier pada variabel independen yang digunakan dalam model penelitian. Untuk memenuhi syarat pengujian regresi, salah satunya adalah tidak terdapat multikolinearitas pada model. Untuk mengetahui multikolinearitas pada suatu data dilakukan pengujian dengan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* jika nilai yang didapat setelah melakukan pengujian adalah lebih besar dari 5, data tersebut dikatakan mengalami multikolinearitas pada variabel.

3.2.11.2 Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dalam model penelitian. Dapat dikatakan juga apabila varians dari setiap pengamatan yang dilakukan adalah tetap, data tersebut dikatakan sebagai homokedastisitas. Apabila data memiliki varians yang berbeda maka data

tersebut dikatakan sebagai heterokedastisitas. Nilai batasan signifikan adalah 0,05. Nilai yang mengatakan bahwa data tersebut adalah heterokedastisitas adalah nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05.

3.2.11.3 Uji Autokorelasi

Menurut Wiyono (2011), uji autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai $d < d_L$ atau $d > 4-d_L$ maka terjadi autokorelasi
2. Jika nilai $d_U < d < 4-d_U$ maka tidak terjadi autokorelasi
3. Jika nilai $4-d_U < d < 4-d_L$ maka tidak dapat ditarik kesimpulan

Hasil yang dapat dilihat pada Tabel 4.13

3.2.12 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Metode ini adalah salah satu cara untuk melakukan analisis mengenai hubungan yang terjadi pada variabel dalam model, variabel dependen dan variabel independen. Dengan melalui pengujian dalam regresi linear berganda, peneliti dapat mengetahui variabel independen yang seperti apa yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Dalam analisis regresi linear berganda diharuskan untuk melakukan uji F dan uji T.

$$Y^1 = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + \dots + B_n X_n$$

Uji F adalah pengujian yang dilakukan guna mengetahui nilai signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, hal tersebut dapat dinilai melalui nilai signifikan yang dihasilkan. Apabila hasil yang didapat setelah pengujian dilakukan adalah nilai signifikan kurang dari 0,05 dapat diartikan bahwa seluruh variabel independen yang terdapat dalam model penelitian berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji T adalah pengujian yang dilakukan guna mengetahui nilai signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, hal tersebut dapat dinilai melalui nilai signifikan yang dihasilkan. Apabila hasil yang didapat setelah pengujian dilakukan adalah nilai signifikan kurang dari 0,05 dapat diartikan bahwa masing masing variabel independen yang terdapat dalam model penelitian berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji T dan uji F harus dilakukan dalam analisis regresi linear berganda agar mendapatkan hasil yang valid mengenai hubungan variabel independen dan dependen dalam suatu penelitian.

BAB 4 HASIL

4.1 Model Penelitian

Pelanggan adalah salah satu dari aset penting pada sebuah perusahaan, maka dari itu sebuah perusahaan sebaiknya mengetahui apa yang digemari oleh pelanggan. Dalam konteks kiostix.com pelanggan juga dapat disebut sebagai pengguna situs kiostix.com. Sebagai sebuah perusahaan yang secara tidak langsung juga menyediakan jasa dalam perihal situs yang melayani transaksi, seharusnya kiostix mengetahui pelayanan seperti apa yang disukai oleh pengguna. Karena hanya melalui situs tersebut kiostix.com dapat melakukan transaksi maupun berhubungan dengan pengguna. *Usability quality* adalah salah satu variabel yang penting bagi sebuah situs, dikarenakan apabila situs tersebut semakin mudah digunakan maka, pengguna situs akan dengan senang hati menggunakan situs tersebut. Begitu pula sebaliknya, jika menurut pengguna, situs kiostix.com susah untuk digunakan maka tentu saja pengguna akan berpikir untuk menggunakan situs yang lebih mudah digunakan sehingga kiostix.com akan kehilangan pengguna.

Hal tersebut dikarenakan pengguna tidak merasa puas mengenai kemudahan yang diberikan oleh situs kiostix.com. Gagasan tersebut didukung pada penelitian milik Pratama (2017) yang membuktikan bahwa kemudahan pengguna (*usability quality*) berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan pengguna. Dikarenakan peneliti mengacu pada hipotesis tersebut maka akan diajukan hipotesis yang berbunyi:

H1 : Variabel *usability quality* memengaruhi variabel *customer satisfaction* secara positif.

Sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang *e-Commerce* akan sangat bergantung pada situs yang dikembangkan perusahaan tersebut, dikarenakan hanya situs tersebutlah yang dapat menghubungkan perusahaan dengan pengguna. Maka dari itu, selain variabel *usability quality* yang harus dikembangkan agar pengguna dengan senang hati mengakses situs tersebut, perlu diperhatikan juga isi sebuah konten pada situs. Konten atau isi dari sebuah website adalah informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pengguna website, aktivitas yang dilakukan oleh pengguna saat mengakses website pada umumnya adalah melakukan pencarian informasi.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa sebuah informasi yang terdapat pada sebuah website adalah peranan penting dalam perihal menyenangkan pelanggan. Untuk menyenangkan pelanggan, tentu saja informasi yang diberikan oleh situs tersebut harus berkualitas dan dapat dipercaya. Informasi yang berkualitas contohnya adalah informasi yang terus

diperbarui secara terus menerus dan informasi yang tidak ambigu, lengkap dan jelas. Sehingga pengguna situs akan merasa senang dengan informasi yang diberikan oleh situs tersebut. Gagasan tersebut didukung pada penelitian milik Pratama (2017) yang membuktikan bahwa kualitas informasi (information quality) berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan pengguna. Dikarenakan peneliti mengacu pada hipotesis tersebut maka akan diajukan hipotesis yang berbunyi:

H2 : Variabel *information quality* memengaruhi variabel *customer satisfaction* secara positif

Perusahaan tentu saja membutuhkan pelanggan untuk mengembangkan perusahaannya ke ruang lingkup yang lebih luas guna mendapatkan lebih banyak pelanggan. Seorang pelanggan dapat dengan mudah didapatkan dengan cara dimanjaka, dalam artian memudahkan pelanggan dalam mendapatkan sesuatu, memberikan apa yang pelanggan inginkan dan butuhkan, bahkan disaat pelanggan tidak mengetahui bahwa hal tersebut dibutuhkan. Hal tersebut dapat disebut dengan pemberian layanan kepada pelanggan, tentu pelanggan akan sangat senang terhadap suatu perusahaan yang memberikan pelayanan bagus.

Hal tersebut sangat krusial bagi pelanggan, jika sebuah perusahaan tidak dapat memberikan pelayanan yang layak diterima oleh pelanggan, tentu saja pelanggan tidak akan kembali kepada perusahaan tersebut diluar faktor lainnya. Maka dari itu sangat, disamping memberikan kemudahan bagi pelanggan dan juga informasi yang berkualitas maka dibutuhkan layanan yang baik untuk menjaga pelanggan tetap pada ruang lingkup perusahaan. Gagasan tersebut didukung pada penelitian milik Pratama (2017) yang membuktikan bahwa kualitas interaksi layanan (service interaction quality) berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan pengguna. Dikarenakan peneliti mengacu pada hipotesis tersebut maka akan diajukan hipotesis yang berbunyi:

H3 :Variabel *service interaction quality* memengaruhi variabel *customer satisfaction* secara positif

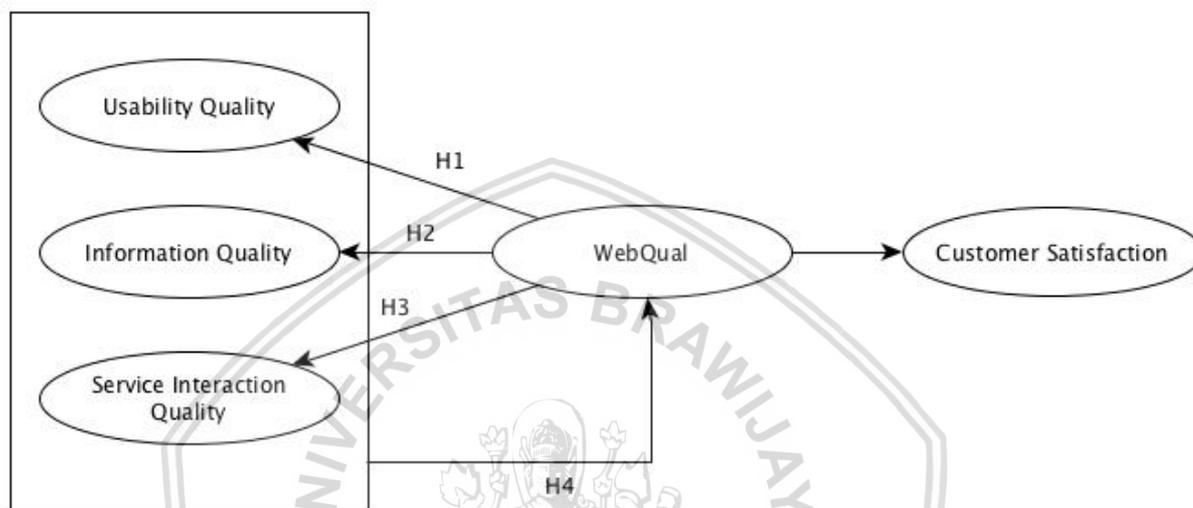
Pengguna atau pelanggan pada sebuah perusahaan tentu akan merasakan sesuatu setelah melakukan interaksi maupun transaksi dengan perusahaan yang berhubungan, hal tersebut dapat diketahui melalui tingkat kepuasan pengguna. Jika pengguna merasa puas pada sebuah perusahaan, maka pengguna dapat memberikan kemungkinan berupa melakukan transaksi kembali pada perusahaan tersebut atau juga merekomendasikan perusahaan tersebut kepada calon pengguna lainnya.

Kepuasan pengguna dapat dilandasi dengan kemudahan yang diberikan, konten informasi yang dapat diandalkan, dan juga layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut kepada pengguna. Gagasan tersebut didukung pada penelitian milik Pratama (2017) yang membuktikan bahwa (customer

satisfaction) berkorelasi dengan tingkat kepuasan pengguna. Dikarenakan peneliti mengacu pada hipotesis tersebut maka akan diajukan hipotesis yang berbunyi:

H4 :Seluruh variabel *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* memengaruhi variabel *customer satisfaction*

Setelah melakukan perumusan hipotesis, peneliti menggunakan 3 variabel independen dan 1 variabel dependen pada model penelitian.



Gambar 4.1 Model penelitian saat ini

4.2 Variabel yang Diteliti

4.2.1 Usability Quality

Pada penelitian ini, variabel *usability quality* yang digunakan dalam kuesioner adalah variabel *usability* yang telah diambil dari penelitian terdahulu milik Chiew & Salim (2003). Penelitian yang dilakukan memiliki 4 indikator dalam variabel *usability* dan masing-masing indikator memiliki pernyataan yang digunakan dalam pengambilan data melalui kuesioner. Daftar pernyataan variabel *usability quality* yang diberikan kepada responden dalam kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Pernyataan *usabilityquality*

Indikator	Pernyataan
<i>Readibility</i>	Kiostix.com memiliki konten yang up to date
	Kiostix.com memiliki konten yang terorganisir dengan baik
<i>Navigation</i>	Kiostix.com memberikan arahan dengan jelas agar pengguna dapat mengakses informasi yang diinginkan

	Kiostix.com memiliki penempatan fitur yang mudah dipahami
<i>Design</i>	Kiostix.com memiliki desain yang menarik
	Kiostix.com tidak memiliki banyak iklan pada website tersebut
	Saya merasa nyaman saat mengakses website kiostix.com
<i>Effectiveness</i>	Kiostix.com adalah website yang efisien untuk digunakan
	Kiostix.com memberikan respon sesuai dengan yang saya inginkan

4.2.2 Information Quality

Pada penelitian ini, variabel *information quality* yang digunakan dalam kuesioner adalah variabel *information quality* yang telah diambil dari penelitian terdahulu milik DeLone & McLean dalam penelitian Wendy(2013). Penelitian yang dilakukan memiliki 2 indikator dalam variabel *information quality* dan masing-masing indikator memiliki pernyataan yang digunakan dalam pengambilan data melalui kuesioner. Daftar pernyataan variabel *Information Quality* dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 Pernyataan *information quality*

Indikator	Pernyataan
<i>Relevance & Understandable</i>	Informasi pada kiostix.com sesuai dengan apa yang saya cari
	Konten pada kiostix.com mudah dibaca
<i>Accuracy</i>	Informasi mengenai harga tiket tertulis dengan benar (terdapat rincian biaya yang harus saya bayar)
	Informasi mengenai tahapan pembayaran yang harus saya lalui disampaikan dengan jelas

4.2.3 Service Interaction quality

Pada penelitian ini, variabel *service interaction quality* yang digunakan dalam kuesioner adalah variabel *service interaction quality* yang telah diambil dari penelitian terdahulu milik Barnes & Vidgen (2002). Penelitian yang dilakukan memiliki 3 indikator dalam variabel *Service Interaction* dan masing-masing indikator memiliki pernyataan yang digunakan dalam pengambilan data melalui



kuesioner. Daftar pernyataan variabel *Service Interaction Quality* dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Pernyataan *service interaction quality*

Indikator	Pernyataan
<i>Transaction and Information Security</i>	Saya merasa aman saat melakukan transaksi dalam kiostix.com
	Kiostix.com menyimpan informasi pengguna dengan aman
<i>Product Delivery</i>	Kiostix.com memiliki reputasi yang baik dalam memberikan layanan
	Kiostix.com memberikan layanan yang lebih unggul dibandingkan competitor sejenis
<i>Personalization and Communication</i>	Kiostix.com memberikan fitur akun personal saat melakukan transaksi
	Kiostix.com memberikan ruang komunitas untuk saling berhubungan
	Kiostix.com memberikan kontak yang dapat dihubungi oleh pengguna

4.2.4 Customer Satisfaction

Pada penelitian ini, variabel *customer satisfaction* yang digunakan dalam kuesioner adalah variabel *customer satisfaction* yang telah diambil dari penelitian terdahulu milik Taylor & Baker (1994). Penelitian yang dilakukan memiliki 1 indikator dalam variabel *Customer Satisfaction* dan masing-masing indikator memiliki pernyataan yang digunakan dalam pengambilan data melalui kuesioner. Daftar pernyataan yang diberikan peneliti kepada responden guna memenuhi data penelitian mengenai variabel *Customer Satisfaction* dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4 Pernyataan *customer satisfaction*

Indikator	Pernyataan
<i>Satisfaction</i>	Dalam pelayanan dalam bidang ticketing, saya yakin saya akan puas dengan pelayanan kiostix.com
	Secara keseluruhan, saya merasa senang dengan pelayanan kiostix.com
	Saya percaya bahwa menggunakan kiostix.com merupakan pengalaman yang menyenangkan

	Saya merasa akan menggunakan layanan kiostix.com secara terus menerus (loyal)
--	---

4.3 Regresi Linear Berganda

Berdasarkan Gambar 4.1, Regresi pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda terhadap *customer satisfaction* yang dipengaruhi oleh variabel *usability quality*, *information quality* dan *service interaction quality*.

4.4 Karakteristik Data

Data pada penelitian ini diperoleh dari pengguna kiostix.com dengan kriteria jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan. Hasil pengumpulan karakteristik data pada penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 4.5 Responden berdasarkan umur dan jenis kelamin

Umur	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
15 – 20 tahun	Laki – laki	0	0%
	Perempuan	1	2%
20 – 25 tahun	Laki – laki	36	58%
	Perempuan	9	15%
25 – 30 tahun	Laki – laki	12	19%
	Perempuan	4	6%
Total		62	100%

Tabel 4.6 Responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	29	47%
Pegawai Swasta	22	35%
Wiraswata	3	5%
Pegawai Negeri	2	3%
Pelajar	1	2%
Lain – lain	5	8%
Total	62	100%

Tabel 4.7 Responden berdasarkan penghasilan

Penghasilan tiap bulan	Jumlah	Persentase
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	7	11%
Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000	14	23%
Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000	6	10%
≥ Rp. 4.000.000	35	56%
Total	62	100%

4.5 Pilot Study

Pada pilot study dapat dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas pada 30 responden.

4.5.1 Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang disebarakan sudah valid, pengujian ini diukur menggunakan nilai *Pearson Correlation* yang menandakan nilai suatu kuesioner valid jika bernilai signifikan pada 0,05(*). Menurut rtabel nilai signifikan penelitian ini adalah 0,361. Hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil uji validitas

Variabel	Indikator	Pearson's Correlation	Validitas
		*(Signifikan pada 0,05)	
<i>Usability Quality</i>	UQ1	0,486	Valid
	UQ2	0,862	Valid
	UQ3	0,769	Valid
	UQ4	0,863	Valid
	UQ5	0,754	Valid
	UQ6	0,702	Valid
	UQ7	0,859	Valid
	UQ8	0,694	Valid
	UQ9	0,777	Valid
<i>Information Quality</i>	IQ1	0,806	Valid
	IQ2	0,721	Valid
	IQ3	0,771	Valid

	IQ4	0,788	Valid
<i>Service Interaction Quality</i>	SIQ1	0,788	Valid
	SIQ2	0,802	Valid
	SIQ3	0,882	Valid
	SIQ4	0,817	Valid
	SIQ5	0,486	Valid
	SIQ6	0,517	Valid
	SIQ7	0,695	Valid
<i>Customer Satisfaction Quality</i>	CS1	0,916	Valid
	CS2	0,928	Valid
	CS3	0,938	Valid
	CS4	0,885	Valid

Berdasarkan tabel dapat dikatakan bahwa tidak terdapat nilai yang dimiliki oleh variabel penelitian yaitu *usability quality*, *information quality*, *service interaction quality*, dan *customer satisfaction quality* yang bernilai lebih kecil dari 0,361 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel lolos uji validitas.

4.5.2 Uji Realibilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian mampu untuk menjelaskan tingkat konsistensi, dalam pengujian ini nilai *Cronbach's Alpha* yang dapat menjelaskan realibilitas kuesioner (Field, 2009). Kriteria *Cronbach's Alpha* 0,6 dianggap dapat diterima (George & Mallery, 2003; Kline, 2000, disitasi oleh Bhatnagar, Kim, & Many, 2014). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Hasil uji realibilitas

Variabel Laten	<i>Cronbach's Alpha</i>
	Nilai > 0,6
<i>Usability Quality</i>	0,906
<i>Information Quality</i>	0,754
<i>Service Interaction Quality</i>	0,840
<i>Customer Satisfaction</i>	0,935

Berdasarkan tabel tersebut dapat dikatakan bahwa nilai realibilitas variabel *usability quality* memiliki nilai 0,906 yang artinya nilai telah melebihi batas nilai *Cronbach's Alpha* yang berada pada posisi *Excellent*. Nilai variabel *information quality* adalah 0,754 yang artinya nilai juga telah melebihi batas nilai *Cronbach's Alpha* dan berada pada posisi *Good*. Nilai milik variabel *service interaction* adalah 0,840 yang artinya nilai telah melebihi batas *Cronbach's Alpha* dan berada pada posisi *Good*. Nilai milik variabel *customer satisfaction* adalah 0,935 yang dimana telah melewati nilai *Cronbach's Alpha* dan berada pada posisi *Excellent*. Keempat variabel tersebut memiliki nilai yang melebihi *Cronbach's Alpha* maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel tersebut memiliki nilai konsistensi yang baik dan kuesioner dikatakan reliabel.

4.6 Screening Data

4.6.1 Uji Missing Value

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian *missing data* yang dilakukan untuk mengetahui sebuah data yang memiliki nilai kosong yang disebabkan oleh kesalahan yang dilakukan oleh responden yaitu melewatkan bagian pernyataan yang terdapat pada kuesioner yang responden isi. Jika dalam sebuah kuesioner terdapat data yang memiliki nilai kosong maka data tersebut harus dihapus karena jika data tersebut tetap digunakan dalam proses pengujian yang lebih lanjut maka akan menimbulkan hasil perhitungan yang tidak valid (Fiels, 2009). Data yang memiliki nilai *missing value* adalah data pada responden 57, dimana data yang tidak terisi berada pada variabel *usability quality* pernyataan kedelapan. Pada penelitian ini terdapat 1 data yang memiliki *missing value*.

4.6.2 Uji Outlier Data

Dalam penelitian ini dilakukan uji *outlier data* yang dilakukan untuk mengetahui nilai yang jaraknya terlalu jauh dengan data yang telah didapatkan melalui kuesioner. Jika terdapat nilai jaraknya sangat jauh dengan nilai pada data lainnya, maka nilai tersebut harus dihapus untuk mendapatkan hasil yang baik serta tidak membuat nilai standar deviasi meningkat. Pada pengujian ini, peneliti menggunakan bantuan software untuk menghitung *mahalanobis distance*, setelah nilai *mahalanobis distance* dihitung maka telah didapatkan batas nilai pada data penelitian ini yaitu 42.97982014. Berdasarkan nilai tersebut maka peneliti mencari sebuah data dengan batasan nilai *mahalanobis distance* yang memiliki taraf kesalahan sebanyak 1% (Field, 2009). Maka akan muncul data yang memiliki nilai *mahalanobis distance* lebih dari 42.97982014, data tersebut digunakan sebagai kriteria kelulusan uji *outlier* pada data penelitian. Hasil uji *outlier data* dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Hasil Mahalanobis Distance

No.	No. Data	Mahalanobis Distance	Status
1	56	45.93638	Telah dihapus
2	58	45.02395	Telah dihapus
3	60	50.61568	Telah dihapus
4	62	52.30587	Telah dihapus

Berdasarkan tabel tersebut dapat dikatakan bahwa nilai yang dimiliki data pada nomor 56, 58, 60, dan 62 telah melebihi batas nilai mahalanobis distance penelitian yaitu 42.97982014. Dikarenakan nilai yang melebihi batas mahalanobis penelitian akan mengganggu perhitungan pada pengujian maka data-data tersebut harus dihapuskan maka peneliti telah melakukan pengujian dengan data selain data nomor 56, 58, 60, dan 62.

4.6.3 Uji Kecukupan Data

Dalam penelitian ini dilakukan uji kecukupan data yang dilakukan berdasarkan nilai dari Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). Nilai tersebut digunakan untuk mengetahui apakah analisis faktor yang dilakukan telah sesuai dengan data yang diperoleh selama penelitian (Field, 2009). Ketentuan dari nilai KMO sendiri adalah 0,5 dan nilai dari data yang diperoleh harus melebihi nilai tersebut agar dapat dikatakan analisis faktor sesuai. Hasil uji kecukupan data dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Hasil uji Kaiser-Meyer-Olkin

Nilai	Kriteria	Referensi
$a > 0,9$	Luar Basa	Field (2009)
$0,9 > a > 0,8$	Sangat Baik	
$0,8 > a > 0,7$	Baik	
$0,7 > a > 0,5$	Lemah	
$a < 0,5$	Tidak Dapat Diterima	

Dalam penelitian ini, nilai KMO yang didapatkan adalah 0,847 dan menurut kriteria KMO, nilai tersebut berada pada kriteria sangat baik. Dengan nilai sebesar 0,847 yang dinyatakan sangat baik menurut pengujian Kaiser-Meyer-Olkin maka dapat disimpulkan bahwa data telah mencukupi persyaratan untuk pengujian analisis regresi linear berganda.

4.7 Uji Data

4.7.1 Uji Normalitas

Dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas yang digunakan untuk mengetahui penyebaran data yang terjadi dalam sebuah data atau variabel dalam suatu kuesioer, disamping itu juga digunakan untuk mengetahui nilai dari pendistribusian data, apakah tergolong normal atau tidak (Anwar, 2013). Ketentuan yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah Kolmogorov-Smirnov, nilai yang terntukan adalah taraf signifikasi harus lebih besar dari 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Hasil uji normalitas

Item	Nilai	Kriteria	Referensi
Sig.	0,200	>0,05	Field (2009)

Berdasarkan tabel tersebut setelah memlakukan uji normalitas maka didapatkan hasil sebesar 0,200. Syarat data tersebut dapat dikatakan normal adalah apabila nilai yang didapatkan setelah pengujian lebih besar dari 0,05 maka hasil pengujian berupa 0,200 dapat mengatakan bahwa berdasarkan pengujian, data yang didapatkan bersifat normal.

4.7.2 Uji Homogenitas

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian homogenitas yang berguna untuk mengetahui apakah data padi variabel penelitian bersifat homogen atau tidak, apakah terdapat varian yang sama atau tidak pada sampel yang telah dinilai hasilnya dan didapatkan melalui kuesioner. Jika populasi memiliki nilai varian yang sama besar maka disebut varian homogen, apabila nilai varian tidak sama maka dinamakan varian heterogen (Hafizah). Ketentuan nilai pada uji homogenitas adalah taraf signifikan harus lebih besar dari 0,05. Hasil uji homogenitas dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13 Hasil uji homogenitas

Variabel	Nilai	Kriteria	Status
UQ	0,319	$\alpha > 0,05$	Homogen
IQ	0,296		Homogen
SIQ	0,228		Homogen
CS	0,016		Homogen

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa hasil yang didapatkan setelah melalui uji homogenitas, nilai yang didapatkan oleh variabel *usability quality* adalah 0,319 yang dapat dikatakan bahwa nilai variabel *usability quality*



berada diatas kriteria uji homogenitas yaitu 0,05. Nilai yang didapatkan oleh variabel information quality adalah 0,296 yang dapat dikatakan bahwa nilai variabel information quality lebih besar dari nilai kriteria uji homogenitas. Nilai milik variabel service interaction quality adalah 0,228 yang dapat dikatakan bahwa nilai tersebut berada diatas nilai kriteria uji homogenitas yaitu 0,05. Nilai variabel customer satisfaction yang didapat setelah melalui uji homogenitas adalah 0,016 maka dapat dikatakan bahwa nilai tersebut lebih besar dari kriteria nilai uji homogenitas. Seluruh variabel dapat dikatakan bersifat homogen karena memiliki nilai yang berada diatas kriteria uji homogen.

4.7.3 Uji Linearitas

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian linearitas yang berguna untuk mengetahui hubungan linear yang terdapat antar variabel dalam penelitian, apakah variabel tersebut memiliki hubungan linear atau sebaliknya. Ketentuan nilai pada uji linearitas adalah 0,05 dan jika variabel-variabel yang diuji nilai kurang dari ketentuan tersebut maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut memiliki hubungan linear. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14 Hasil uji linearitas

Variabel	Nilai	Kriteria	Status
UQ * CS	0,000	$\alpha < 0,05$	Linear
IQ * CS	0,000		Linear
SIQ * CS	0,000		Linear

Berdasarkan tabel dapat dikatakan bahwa nilai hubungan yang dimiliki oleh variabel *usability quality* dengan *customer satisfaction*, nilai hubungan variabel *information quality* dengan *customer satisfaction*, dan nilai hubungan variabel *service interaction quality* dengan *customer satisfaction* adalah 0,000 sedangkan kriteria lolos uji linearitas nilai hubungan antar variabel harus dibawah 0,05 maka seluruh hubungan variabel independen yaitu *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* terhadap variabel dependen yaitu *customer satisfaction* dinyatakan lolos uji linearitas. Hal tersebut menandakan bahwa variabel independen memiliki hubungan terhadap variabel dependen pada penelitian.

4.7.4 Uji Heterokedastisitas

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian heterokedastisitas yang berguna untuk mengetahui penyebaran data dari waktu ke waktu apakah konsisten atau tidak atau dapat dikatakan ketidak samaan varian dari residual pada model penelitian. Ketidak samaan varian tersebut dikatakan heterokedastisitas, dimana jika terdapat heterokedastisitas dalam model maka hal tersebut dapat mengakibatkan model regresi linear menjadi model yang tidak efisien (Gasperz, 1991). Untuk melakukan pengujian heterokedastisitas maka dilakukan uji Glejser,

pengujian tersebut memiliki ketentuan nilai yaitu 0,05. Apabila hasil yang muncul setelah dilakukan pengujian sebesar kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan model tersebut mengalami heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Tabel 4.15.

Tabel 4.15 Hasil uji heterokedastisitas

Variabel	Nilai	Kriteria	Status
UQ	0,972	$a > 0,05$	Homokedastisitas
IQ	0,149		Homokedastisitas
SIQ	0,379		Homokedastisitas

Berdasarkan tabel dapat dijelaskan bahwa nilai variabel *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* yang didapatkan melalui uji Glesjer bernilai lebih besar dari kriteria lolos uji heterokedastisitas yang artinya variabel-variabel tersebut mempengaruhi variabel dependen yaitu *customer satisfaction*.

4.7.5 Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian multikolinearitas yang berguna untuk mengetahui tingkatan sebuah hubungan variabel independen yang saling mempengaruhi variabel independen lainnya dengan besaran koefisien korelasi. Pengujian ini memiliki ketentuan nilai yang disebut VIF, apabila hasil pengujian memiliki nilai koefisien korelasi antar variabel bebas yang lebih besar dari 5 maka dapat dikatakan bahwa terjadi multikolinearitas dan sebaliknya jika nilai lebih kecil dari 5 (Bakar, 2014). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.16.

Tabel 4.16 Hasil uji multikolinearitas

Variabel	Nilai	Kriteria VIF	Status
UQ	2,636	$a < 5$	Bebas Multikolinearitas
IQ	1,620		Bebas Multikolinearitas
SIQ	2,472		Bebas Multikolinearitas

Berdasarkan tabel dapat dikatakan bahwa variabel *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* tidak memiliki nilai yang lebih besar dari batas nilai kriteria variance inflation factor yaitu 5, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel-variabel independen tersebut.

4.7.6 Uji Autokorelasi

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian autokorelasi yang berguna untuk mengetahui kesalahan korelasi yang terdapat pada model regresi linear pada

penelitian, kesalahan korelasi yang akan diperiksa terletak pada periode t dan t-1. Jika terdapat sebuah autokorelasi pada data maka data tersebut dikatakan bahwa kondisi sebelumnya telah memberi perubahan atau pengaruh terhadap kondisi saat ini dan data tersebut bukanlah data yang baik (Ghozali, 2013). Pengujian autokorelasi pada penelitian dilakukan dengan uji Durbin Watson. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4.17.

Tabel 4.17 Hasil uji autokorelasi

Model	dL	dU	d
1	1,4847	1,6904	1,829

Berdasarkan pengujian Durbin Watson pada penelitian yang memiliki 3 variabel independen (k= 3) dan jumlah sampel sebanyak 61, didapatkan hasil pengujian yang dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda tidak mengalami autokorelasi karena $du < d < 4 - du = 1,6904 < 1,829 < 2,3096$.

4.8 Analisis Regresi Berganda

4.8.1 Persamaan Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear untuk mengukur pengaruh yang terjadi antar variabel pada penelitian yaitu variabel dependen dan variabel independen. Analisis regresi linear akan dilakukan terhadap variabel *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* terhadap variabel *customer satisfaction* dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.18.

$$Y^1 = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3$$

Dengan penjelasan=

Y = Variabel *customer satisfaction* (CS)

a = konstanta

B = koefisien regresi

X₁ = variabel *usability quality* (UQ)

X₂ = variabel *information quality* (IQ)

X₃ = variabel *service interaction quality* (SIQ)

Tabel 4.18 Hasil uji regresi linear berganda

Variabel independen	Koefisien Regresi	Konstanta
UQ	0,389	-15,573860
IQ	0,139	

SIQ	-0,513	
-----	--------	--

Berdasarkan hasil analisis pada tabel didapatkan persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = -15,573860 + 0,389 X_1 + 0,139 X_2 + -0,513 X_3$$

- Dengan hasil konstanta yang didapat yaitu -15,5736860 maka dapat disimpulkan, apabila nilai seluruh variabel independen pada model bersifat konstan maka variabel dependen akan mengalami penurunan rata-rata sebesar 15,5736860. Yang dapat diartikan sebagai apabila *variabel Usability quality, Information Quality, dan Service Interaction Quality* bersifat konstan maka variabel *Customer Satisfaction* pada situs kiostix.com akan mengalami penurunan.
- Dengan hasil koefisien regresi variabel UQ yang didapat sebesar 0,389 maka dapat disimpulkan jika nilai pada faktor UQ mengalami peningkatan sebesar 0,389 maka variabel CS akan mengalami peningkatan juga. Yang dapat diartikan apabila nilai yang dimiliki oleh variabel *usability quality* yaitu 0,389 akan memengaruhi variabel *customer satisfaction*, pengaruh tersebut adalah peningkatan. Jika koefisien regresi bernilai positif maka dapat disimpulkan variabel *usability quality* yang telah diterapkan oleh situs kiostix.com telah meningkatkan nilai variabel *customer satisfaction* situs kiostix.com
- Dengan hasil koefisien regresi variabel IQ yang didapat sebesar 0,139 maka dapat disimpulkan jika nilai pada faktor IQ mengalami peningkatan sebesar 0,139 maka variabel CS akan mengalami peningkatan juga. Yang dapat diartikan apabila nilai yang dimiliki oleh variabel *information quality* yaitu 0,139 akan memengaruhi variabel *customer satisfaction*, pengaruh tersebut adalah peningkatan. Jika koefisien regresi bernilai positif maka dapat disimpulkan variabel *information quality* yang telah diterapkan oleh situs kiostix.com telah meningkatkan nilai variabel *customer satisfaction* situs kiostix.com
- Dengan hasil koefisien regresi variabel SIQ yang didapat sebesar -0,513 maka dapat disimpulkan jika nilai pada faktor IQ mengalami penurunan sebesar -0,513 maka variabel CS akan mengalami penurunan juga. Yang dapat diartikan apabila nilai yang dimiliki oleh variabel *service interaction quality* yaitu -0,513 akan memengaruhi variabel *customer satisfaction*, pengaruh tersebut adalah penurunan. Jika koefisien regresi bernilai negatif maka dapat disimpulkan variabel *service interaction quality* yang telah diterapkan oleh situs kiostix.com telah menurunkan nilai variabel *customer satisfaction* situs kiostix.com

4.9 Uji Hipotesis

4.9.1 Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini menggunakan pengujian determinasi koefisien yang berguna untuk menilai berapa besar angka maupun persen pengaruh variabel independen yang telah diberikan kepada variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.19.

Tabel 4.19 Hasil uji koefisien determinasi

Variabel Independen	Variabel Dependen	Nilai R	Nilai R Square
UQ	CS	0,905	0,819
IQ			
SIQ			

Nilai yang tertera pada tabel dapat diartikan dengan, pengaruh yang diberikan oleh variabel independen kepada variabel dependen adalah 81,9%.

4.9.2 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear yang diharuskan melakukan pengujian T. Uji T dilakukan untuk menilai pengaruh yang diberikan kepada setiap variabel independen. Perhitungan yang dilakukan dalam uji T adalah:

$$t \text{ tabel} = t(a/2 ; n-k-1) = t(0,05/2 ; 61-4-1) = t(0,025 ; 57) = 2,00324$$

a = tingkat kepercayaan

n = jumlah sampel

k = variabel bebas

Hasil uji T dapat dilihat pada Tabel 4.20.

Tabel 4.20 Hasil uji T

Variabel Independen	Variabel Dependen	Nilai T	Taraf Sig	Signifikan
UQ	CS	5,224	< 0,05	0,000
IQ		0,941		0,351
SIQ		4,574		0,000

Berdasarkan hasil uji t Customer Satisfaction pada, dapat diketahui sebagai berikut:

- Dari pernyataan H1 dikatakan bahwa variabel *customer satisfaction* (CS) dipengaruhi oleh variabel *usability quality* (UQ). Hasil yang didapat dari

pengujian hipotesis yaitu terdapat nilai sig. 000 dan nilai thitung 5,224. Nilai tersebut telah memenuhi kriteria perhitungan signifikan, karena $0.000 < 0.05$ dan $5,224 > 2,00324$ (Ttabel). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kedua variabel (variabel UQ dan variabel CS)

- Berdasarkan pernyataan H2 dijelaskan bahwa variabel *customer satisfaction* (CS) dipengaruhi oleh variabel harapan *information quality* (IQ). Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis yaitu terdapat nilai sig. 0,351 dan nilai Thitung 0,941. Nilai tersebut tidak memenuhi kriteria perhitungan signifikan, karena $0.351 > 0.05$ dan $0,941 < 2,00324$ (Ttabel). Sehingga dapat dikatakan tidak terdapat hubungan antara kedua variabel (variabel IQ dan variabel CS)
- Dari pernyataan H3 dikatakan bahwa variabel *customer satisfaction* (CS) dipengaruhi oleh variabel *service interaction quality* (SIQ). Hasil yang didapat dari pengujian hipotesis yaitu terdapat nilai sig. 000 dan nilai thitung 4,574. Nilai tersebut telah memenuhi kriteria perhitungan signifikan, karena $0.000 < 0.05$ dan $4,574 > 2,00324$ (Ttabel). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kedua variabel (variabel SIQ dan variabel CS)

4.9.3 Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji pengaruh simultan (F test) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.21.

Tabel 4.21 Hasil uji F

Variable Independen	Variabel Dependen	Nilai F Hitung	Nilai F Tabel	Sig.
UQ	CS	79,876	2,76	0,000
IQ				
SIQ				

Berdasarkan hasil uji F pada tabel, dapat dilihat bahwa F hitung menunjukkan angka 79,876, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan menggunakan signifikansi 5%. Maka pada tabel F akan diperoleh nilai:

$$\text{df pembilang} = \text{jumlah variabel} = k - 1 = 3$$

$$\begin{aligned} \text{df penyebut} &= n - k \\ &= 61 - 3 \\ &= 58 \end{aligned}$$

$$\text{F tabel} = 2,76$$

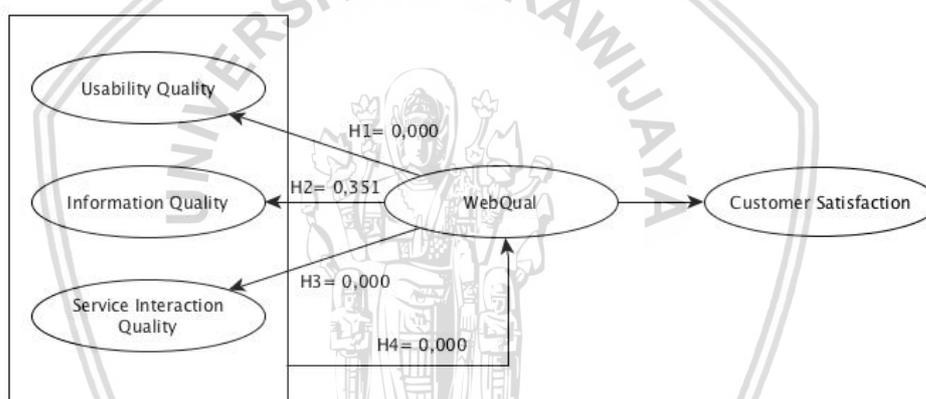
Sehingga hipotesis diterima, karena F hitung (79,876) > F tabel (2,76), yang berarti variabel *usability quality*, *information quality* dan *service interaction quality* berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen *customer satisfaction*.



BAB 5 PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan telah mendapatkan sebuah hasil yang didapatkan setelah melalui beberapa pengujian sehingga muncul nilai dari hubungan yang signifikan antar variabel yang digunakan dalam penelitian sesuai perumusan hipotesis yang telah diusulkan diawal oleh peneliti. Hubungan antar variabel yang bernilai signifikan $> 0,05$ akan disimpulkan tidak signifikan serta dapat diartikan bahwa hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti ditolak dan hubungan antar variabel yang memiliki nilai signifikan $< 0,05$ akan disimpulkan signifikan serta dapat diartikan bahwa hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti dapat diterima. Berikut adalah gambar yang menunjukkan hasil pengujian pada tiap variabel.



Gambar 5.1 Hubungan antar variabel pada model

Dapat dilihat nilai dari hubungan antar variabel independen dan dependen, maka akan dibuat hasil pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Hasil dapat dilihat pada tabel berikut. Hasil hipotesis dapat dilihat pada Tabel 5.1.

Tabel 5.1 Hasil pengujian hipotesis saat ini

Kode	Hipotesis	Hasil
H1	Variabel <i>Usability Quality</i> mempengaruhi variabel <i>Customer Satisfaction</i> secara positif	Diterima
H2	Variabel <i>Information Quality</i> mempengaruhi variabel <i>Customer Satisfaction</i> secara positif	Diterima
H3	Variabel <i>Service Interaction</i> mempengaruhi variabel <i>Customer Satisfaction</i> secara positif	Ditolak
H4	Seluruh variabel independen yaitu <i>Usability Quality</i> , <i>Information Quality</i> , dan <i>Service Interaction</i> mempengaruhi variable <i>Customer Satisfaction</i>	Diterima

5.2 Pembahasan Hipotesis

Dalam tahap ini dimana penelitian telah selesai diujikan dan hasil pengujian telah dapat dijadikan sebuah informasi yang berguna, peneliti akan memberikan beberapa penjelasan mengenai masing masing hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Dalam penelitian ini sudah dijelaskan diawal apabila terdapat 4 macam hipotesis, berikut ini adalah penjelasan untuk setiap hipotesis.

Hipotesis 1 (H1): Variabel *Usability Quality* mempengaruhi variabel Customer Satisfaction secara positif.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan mengenai hipotesis 1 (H1) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis tersebut diterima dan dapat dikatakan bahwa variabel *usability quality* benar mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan dalam sebuah situs perusahaan, dalam kasus ini situs kiosix.com. Dengan begitu indikator yang terdapat pada variabel *usability quality* seperti *readability, navigation, design, dan effectiveness* dikatakan dapat membantu meningkatkan kepuasan pengguna kiosix.com. Hal ini juga dapat menyimpulkan gagasan lain seperti, jika nilai variabel *usability quality* pada kiosix.com menurun maka tingkatan kepuasan pengguna juga akan menurun.

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian mengacu kepada penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2017) yang berbunyi "Kemudahan pengguna berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan pengguna"

Hipotesis 2 (H2): Variabel *Information Quality* mempengaruhi variabel Customer Satisfaction secara positif.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan mengenai hipotesis 2 (H2) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis tersebut diterima dan dapat dikatakan bahwa variabel *information quality* benar mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan dalam sebuah situs perusahaan, dalam kasus ini situs kiosix.com. Yang dapat diartikan bahwa indikator yang terdapat pada variabel *information quality* seperti *Relevance, Accurate, dan Understandable* dapat dikatakan membantu meningkatkan kepuasan pengguna pada situs kiosix.com. Hal ini juga dapat menyimpulkan gagasan lain seperti, jika nilai variabel *information quality* pada kiosix.com menurun maka tingkatan kepuasan pengguna juga akan menurun.

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian mengacu kepada penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2017) yang berbunyi "Kualitas Informasi berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan pengguna"

Hipotesis 3 (H3): Variabel *Service Interaction Quality* mempengaruhi variabel *Customer Satisfaction* secara positif.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan mengenai hipotesis 3 (H3) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis tersebut ditolak. Dapat dikatakan bahwa variabel *service interaction quality* pada *kiostix.com* dengan indikator *transaction and information security, product delivery, personalization and communication* berperan kurang baik terhadap kepuasan pengguna *kiostix.com*, sehingga hasil yang muncul adalah dampak negatif. Hasil yang menunjukkan bahwa hipotesis ditolak adalah nilai yang dihasilkan berarah koefisien negatif yang artinya variabel tersebut memberikan nilai negatif terhadap variabel kepuasan pengguna.

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian didukung oleh penelitian yang dilakukan Kadek Indri (2013) yang memiliki hasil berupa hasil konstanta negatif dan berarti apabila keseluruhan variabel kualitas layanan memiliki nilai konstanta sebesar itu maka nilai kepuasan pelanggan akan menurun.

Hipotesis 4 (H4): Seluruh variabel independen yaitu *Usability Quality, Information Quality, dan Service Interaction Quality* mempengaruhi variabel *Customer Satisfaction* secara positif.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan mengenai hipotesis 4 (H4) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis tersebut diterima. Hal tersebut dapat dikatakan berdasarkan hasil pengujian pengaruh seluruh variabel independen pada model yaitu *usability quality, information quality, dan service interaction quality* memberikan nilai positif kepada variabel dependen yaitu *customer satisfaction*. Maka dapat dikatakan bahwa jika seluruh variabel independen diterapkan pada situs *kiostix.com* akan menghasilkan angka yang lebih tinggi untuk variabel *customer satisfaction* pada situs *kiostix.com*.

Hasil pengujian hipotesis didukung dengan penelitian Anif Kurniawan & Puspita Kencana (2016) yang mengatakan bahwa pengaruh *usability quality, information quality, dan service interaction quality* dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

BAB 6 PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Setelah penelitian mencapai pada tahap akhir yaitu pengambilan keputusan dengan kata lain menilai hipotesis yang telah dirumuskan, maka peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian. Kesimpulan tersebut adalah variabel *Usability Quality* yang diterapkan oleh kiostix.com pada situs untuk saat memiliki hubungan kepada variabel *customer satisfaction*, sehingga hal tersebut akan lebih baik jika dipertahankan maupun ditingkatkan agar tetap dapat meningkatkan angka kepuasan pengguna kiostix.com. Untuk variabel *Information Quality* untuk saat dapat dikatakan bahwa tidak memiliki hubungan yang signifikan kepada kepuasan pengguna kepada situs kiostix.com namun melalui pengujian yang telah dilakukan, variabel tersebut memberikan dampak yang positif bagi situs kiostix.com yang dapat diartikan bahwa konten mengenai informasi yang diberikan oleh situs kiostix.com telah memenuhi keinginan pengguna namun tentu saja hal seperti itu dapat ditingkatkan. Untuk variabel *Service Interaction Quality* pada situs kiostix.com telah dilakukan pengujian yang mengatakan bahwa variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan kiostix.com, namun untuk saat ini variabel tersebut memberikan pengaruh yang negatif bagi situs, hal itu dapat disebabkan oleh pelayanan yang diberikan oleh kiostix.com kurang baik, pelayanan yang kurang baik adalah kesalahan besar bagi sebuah perusahaan, karena dengan pelayanan yang baik lah pengguna dapat merasa senang akan kinerja atau layanan yang dirasakan terhadap perusahaan. Seorang pengguna yang telah dilayani secara baik dan benar saja belum tentu merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, terlebih lagi perusahaan yang tidak memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Hal tersebut akan memperburuk citra sebuah perusahaan dimata pelanggan itu sendiri maupun pelanggan lainnya.

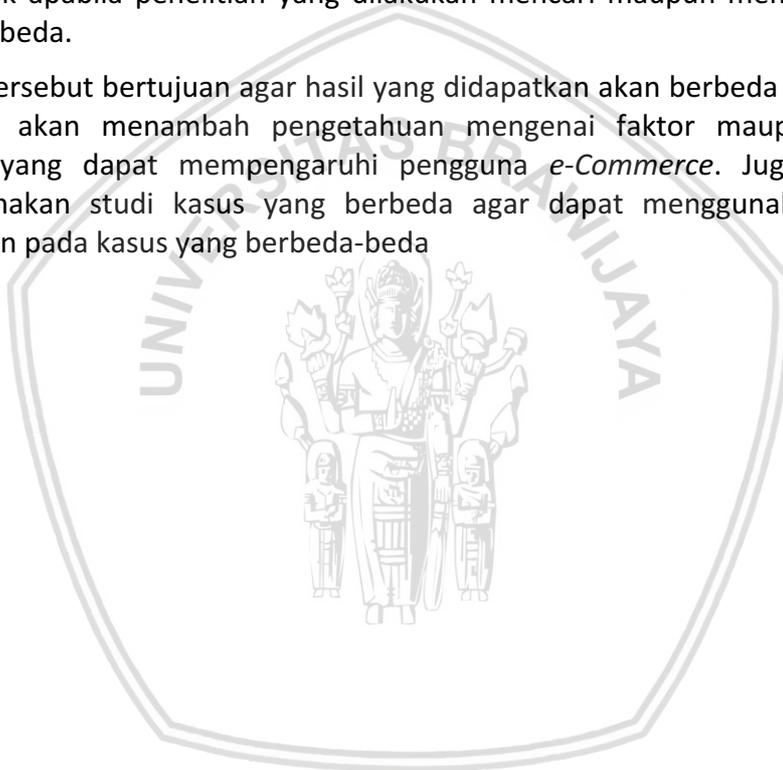
Melalui penjabaran diatas dapat diketahui bahwa hanya terdapat dua variabel yang signifikan terhadap kepuasan pengguna kiostix.com yaitu variabel *usability quality* dan *service interaction quality*, namun variabel *information quality* yang tidak signifikan, telah memberikan nilai positif terhadap kepuasan pelanggan situs kiostix.com. Berbanding terbalik halnya dengan variabel *service interaction quality*, variabel tersebut signifikan dengan kepuasan pengguna kiostix.com namun memberikan nilai negatif, sehingga dapat dilihat bahwa variabel *service interaction* pada kiostix.com tidak berjalan dengan baik dan benar selama situs kiostix.com berjalan.

6.2 Saran

Setelah melakukan semua tahap dalam penelitian yang dilakukan, peneliti akan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

Dikarenakan didapat kesimpulan bahwa dalam penelitian ini memiliki nilai yang rendah pada variabel *Service Interaction Quality* maka akan sangat bagus jika perusahaan melakukan peningkatan pada variabel tersebut, dikarenakan variabel tersebut mempengaruhi nilai kepuasan pengguna situs kiostix.com. Jika hal tersebut dilakukan maka tentu saja kiostix.com akan memiliki lebih banyak pengguna dikarenakan salah satu individu merasa senang terhadap pelayanan yang diberikan oleh kiostix.com maka individu tersebut tidak segan untuk menjadi pengguna tetap situs kiostix.com. Untuk penelitian selanjutnya, akan lebih baik apabila penelitian yang dilakukan mencari maupun membuat model yang berbeda.

Hal tersebut bertujuan agar hasil yang didapatkan akan berbeda sehingga hal tersebut akan menambah pengetahuan mengenai faktor maupun variabel lainnya yang dapat mempengaruhi pengguna *e-Commerce*. Juga sebaiknya menggunakan studi kasus yang berbeda agar dapat menggunakan variabel penelitian pada kasus yang berbeda-beda



DAFTAR PUSTAKA

- Alexa.com, 2017. Digital Marketing Software [Online] Tersedia di: <https://www.alexac.com/siteinfo/kiostix.com#?sites=kiostix.com> [Diakses 31 Desember 2017]
- Alexa.com, 2017. Digital Marketing Software [Online] Tersedia di: <https://www.alexac.com/siteinfo/loket.com#?sites=loket.com> [Diakses 31 Desember 2017]
- Alexa.com, 2017. Digital Marketing Software [Online] Tersedia di: <https://www.alexac.com/siteinfo/rajakarcis.com#?sites=rajakarcis.com> [Diakses 31 Desember 2017]
- BPS, 2016. Badan Pusat Statistik [Online] Tersedia di: <http://bisnis.liputan6.com/read/2602680/bps-jumlah-e-commerce-di-indonesia-capai-262-juta> [Diakses 30 Desember 2017]
- Barnes S, Vidgen, R. 2002. An Integrative Approach to the Assesment of E-Commerce Quality. *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 3, No. 3, 2002.
- Barnes S, Vidgen, R. 2003. Measuring Web Ssite quality Improvements: a case study of the forim on strategic management knowledge exchange. *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 3, No. 3, 2003.
- Chiew T, Salim, S. 2003. *Webuse: Website Usability Evaluation Tool*. *Malaysian Journal of Computer Science*.
- Field, A, 2009. *Discovering statistics using spss*. 3rd ed. [e-book]. Sage Publications. Tersedia di: http://fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/ktb_lktrwny_shml_fy_lhs.pdf
- Gozhali, I., 2016. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2.3. 8th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, F, Joseph. 2010. "Multivariate Data Analysis". Chapter 1.
- Howard, C. 2013. *Strategic Adoption of Technological Innovations*. USA. *Information Science Reference*. 2013.
- Internetworldstats.com, 2018. Internet Top 20 Countries [Online] tersedia di: <http://www.internetworldstats.com/top20.htm> [Diakses 30 Desember 2017]
- Likert, R. 1932. *A Technique for the Measurement of Attitudes*. *Archives of Psycchology*, 22, p.14. New York.
- Lin, C, Et al. 2011. The Critical Factors Impact on Online Customer Satisfaction. Taiwan. *Procedia Computer Science* 3. 2011.
- Osborn J, Overbay, A. 2004. The Power of Outliers. *Practical Assessment, Research & Evaluation*. Vol. 9, No. 6 2004.

- Putri, K. 2013. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Center Denpasar. Denpasar.
- Pratama, I. 2017. Analisis Kepuasan Pengguna pada Situs Gotomalls.com Menggunakan Metode Webqual” oleh Irianto Bunga Pratama. Surabaya.
- Resnick, B. 2015. The Definiton, Purpose, and Value of Pilot Research. Geriatric Nursing 36. Baltimore, USA.
- Sahi, G. 2015. User Satisfaction and Website Usability: Exploring the Linkages in B2C E-commerce Context. India. Lah Bahadur Shastri Institute of Management. 2015.
- Taylor, S. , Baker L Thomas. 1994. *An Assement of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumers’ Purchase Intentions*. Journal of Retailling, Vol. 70, NO. 2, New York University.
- Wibowo, W. , 2013. Pengaruh *System Quality, Information Quality, dan Service Quality Terhadap User Satisfaction Website Lion Airline dan Sriwijaya Airlines*. Surabaya.

