

## Penilaian Kepuasan Konsumen Muda Terhadap Kualitas Layanan Situs Belanja Online

Rizkha Anggraeni<sup>1</sup>, Karmilasari<sup>2</sup>

∴

<sup>1,2</sup>Jurusan Sistem Informasi Universitas Gunadarma

Jl. Margonda raya 100, Pondok Cina, Depok, Indonesia

Email : [angraeniika84@gmail.com](mailto:angraeniika84@gmail.com), [karmila@staff.gunadarma.ac.id](mailto:karmila@staff.gunadarma.ac.id)

### ABSTRAK

*Belanja online merupakan salah satu bentuk perdagangan elektronik (e-commerce) yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang atau jasa dari penjual melalui internet. Lazada merupakan salah satu website belanja online yang saat ini populer di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar penilaian kepuasan konsumen muda (usia 19 tahun – 23 tahun) terhadap situs belanja online Lazada. Pengukuran kualitas website diukur dengan metode webqual 4.0 yang didasarkan pada tiga dimensi kualitas, yaitu : kemudahan penggunaan (usability), kualitas informasi dan kualitas interaksi. Hasil penelitian secara umum menunjukkan bahwa sebesar 59,7% dilihat dari dimensi kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna/konsumen muda. Secara khusus faktor kualitas penggunaan mempunyai pengaruh sebesar 52,1% terhadap kepuasan pengguna, faktor kualitas interaksi mempunyai pengaruh sebesar 60,6% terhadap kepuasan pengguna dan faktor kualitas informasi mempunyai pengaruh sebesar 75,2% terhadap kepuasan pengguna.*

**Kata Kunci:** *Belanja online, Lazada, Kepuasan Pelanggan, Webqual 4.0*

### PENDAHULUAN

Teknologi dan internet saat ini perkembangannya sangat pesat dan telah menjadi salah satu alat/media yang digunakan untuk berbagai keperluan. Salah satu contoh dari kegunaan teknologi yang dilengkapi dengan memanfaatkan internet adalah *e-commerce*. *E-commerce* atau yang dikenal sebagai *electronic commerce* atau perdagangan elektronik merupakan cara penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Terdapat beragam jenis *e-commerce* diantaranya adalah B2C (*Business To Consumer*) atau yang dikenal juga dengan belanja online [1].

Agar perusahaan yang bergerak dalam bidang *e-commerce* dapat bertahan lama, secara rutin perlu melakukan pemeliharaan websitenya agar tetap berkualitas. Untuk mendapatkan masukan terkait kualitas website yang dikelolanya tersebut, perusahaan dapat meminta tanggapan dari

pengguna atau konsumennya. Beberapa penelitian terkait dengan penilaian kualitas website diantaranya dilakukan oleh [2],[3] dan [4].

Salah satu situs belanja online yang sangat populer di Indonesia saat ini adalah situs Lazada.co.id. Situs tersebut dikelola oleh perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce*, yaitu Lazada Indonesia yang didirikan pada tahun 2012 dan merupakan cabang dari salah satu cabang jaringan retail online di Asia Tenggara. Lazada hadir dengan konsep menjual produk yang lengkap dengan kemudahan belanja online pesan antar serta transaksi pembayaran yang mudah. Namun, dengan tingginya rating Lazada tidak sedikit juga keluhan dari konsumen yang diadukan atas layanan *website* Lazada. Mulai dari informasi produk yang harganya tidak sesuai, status ketersediaan produk, hingga kualitas produk yang dijual tidak sama dengan keterangan.

Ditengah persaingan *e-commerce* yang semakin bertambah, Lazada dituntut untuk mampu menjaga kualitas perusahaan termasuk kualitas *website* yang menjadi salah satu poin penting dalam perusahaan Lazada, karena semua transaksi perdagangan dilakukan di *website* tersebut.

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah menilai tingkat kepuasan konsumen melalui metode Webqual 4.0. Konsumen muda dengan rentang usia 19 tahun-23 tahun (mahasiswa) dipilih sebagai responden.

## METODE PENELITIAN

### Kualitas Website

Menurut Kausar Fiaz dan Rahat Hussain Bokhari [5] terdapat 9 indikator kualitas website, yaitu : *reliability, navigability, responsiveness, efficiency, functionality, usefullness, information accuracy, ease of use* dan *web appearance*.

### WebQual 4.0

Suatu instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas web, diantaranya adalah menggunakan WebQual. WebQual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir [6]. Metode ini merupakan pengembangan dari SERVQUAL yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. WebQual sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaannya. WebQual disusun berdasarkan penelitian pada tiga area (dimensi) kualitas yaitu sebagai berikut :

#### 1. Kemudahan Penggunaan (*usability*).

*Usability* adalah atribut kualitas yang menjelaskan atau mengukur seberapa mudah penggunaan suatu antar muka (*interface*).

#### 2. Kualitas Interaksi (*interaction quality*)

Kualitas interaksi adalah sejauh mana system dapat berinteraksi kepada pengguna, baik organisasi atau pengguna lainnya, agar hubungan terhadap sistem dapat berjalan dengan terus menerus.

#### 3. Kualitas informasi (*information quality*)

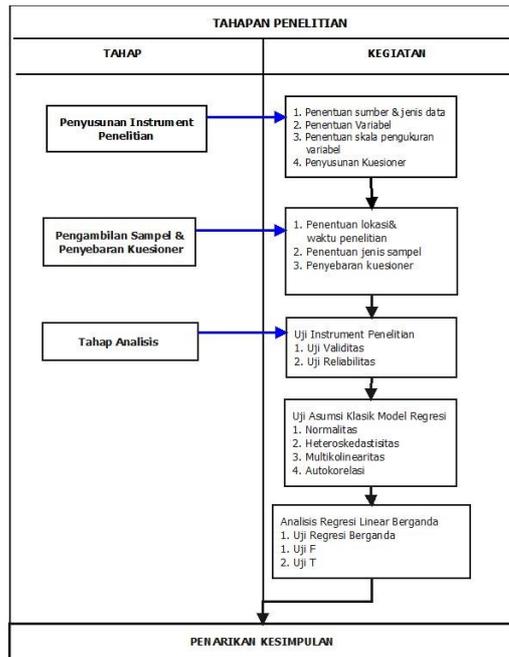
Kualitas Informasi adalah kualitas isi website, kesesuaian informasi untuk keperluan pengguna seperti akurasi, format, dan relevansi.

Tabel 1 menunjukkan dimensi dan pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk mengukur kualitas web dilihat dari sisi pengguna dengan metode WebQual 4.

Tabel 1. Dimensi Kualitas Webqual 4.0  
(Sumber : Barnes & Virgen, 2002)

NO	Dimensi	Indikator Website
1	Kemudahan penggunaan ( <i>usability</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mudah dipelajari</li> <li>• Mudah dimengerti</li> <li>• Mudah ditelusuri</li> <li>• Mudah digunakan</li> <li>• Disain menarik</li> <li>• Disain situs sesuai jenis</li> <li>• Mengandung kompetensi</li> <li>• Memberikan pengalaman yang positif</li> </ul>
2	Kualitas Interaksi ( <i>interaction quality</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reputasi yang baik</li> <li>• Rasa aman untuk bertransaksi</li> <li>• Kepercayaan penyimpanan informasi</li> <li>• Rasa personalisasi</li> <li>• Komunitas yang spesifik</li> <li>• Memudahkan berkomunikasi</li> <li>• Keyakinan barang akan dikirim</li> </ul>
3	Kualitas Informasi ( <i>information quality</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• informasi yang akurat</li> <li>• informasi bisa dipercaya</li> <li>• informasi yang relevan</li> <li>• informasi yang mudah dimengerti</li> <li>• informasi yang terinci dan detail</li> <li>• Disain yang sesuai</li> </ul>

Secara umum tahapan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2 berikut :



Gambar 2. Tahapan Penelitian

Dalam penelitian ini perangkat lunak yang digunakan untuk proses pengolahan data adalah SPSS [7].

### Penentuan sumber dan jenis data

Dalam penelitian ini digunakan data primer, merupakan data yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan, pengamatan serta wawancara secara langsung terhadap konsumen muda dengan rentang usia 19-23 tahun selaku konsumen Lazada dan objek penelitian.

### Penentuan variabel

Berdasarkan pemodelan *Website Quality (WebQual)*, terdapat tiga dimensi kualitas *website* yang selanjutnya akan dipakai sebagai variabel bebas dan terdapat satu variabel terikat, yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*), yaitu variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu :
  - (a) Kualitas Penggunaan (Var X1)
  - (b) Kualitas Interaksi (Var X2)
  - (c) Kualitas Informasi (Var X3)
2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*), yaitu variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat

yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 2 menunjukkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 2. Variabel Penelitian

Variabel	Indikator
Kualitas Kegunaan (X1)	1. Mudah dipelajari (X11) 2. Mudah dimengerti (X12) 3. Mudah ditelusuri (X13) 4. Mudah digunakan (X14) 5. Desain menarik (X15) 6. Desain situs sesuai jenis (X16) 7. Mengandung Kompetensi (X17) 8. Memberikan pengalaman yang positif (X18)
Kualitas Interaksi (X2)	1. Reputasi yang bagus (X21) 2. Rasa aman untuk bertransaksi (X22) 3. Kepercayaan penyimpanan informasi (X23) 4. Rasa personalisasi (X24) 5. Komunitas yang spesifik (X25) 6. Memudahkan berkomunikasi (X26) 7. Keyakinan barang akan dikirim (X27)
Kualitas Informasi (X3)	1. Informasi yang akurat (X31) 2. Informasi bisa dipercaya (X32) 3. Informasi yang tepat waktu (X33) 4. Informasi yang relevan (X34) 5. Informasi yang mudah dimengerti (X35) 6. Informasi yang terperinci/detail (X36) 7. Desain yang sesuai (X37)
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Rasa suka dengan website (Y11) 2. Rasa suka dengan layanan website (Y12) 3. Kesenangann bertransaksi (Y13) 4. Website dapat diakses dengan cepat (Y14) 5. Layanan customer service (Y15) 6. Informasi yang bermanfaat (Y16) 7. Kemudahan mengakses (Y17)

### Penentuan skala pengukuran variabel

Pada penelitian ini pengukuran variabel kepuasan responden menggunakan skala Likert, dengan prosedur pengukuran sebagai berikut :

- Responden diberikan kuesioner yang telah dipersiapkan.
- Responden diminta untuk mengisi kuesioner yang menyatakan respon terhadap *website* Lazada
- Skala pengukurannya dibedakan menjadi 5 yaitu sangat setuju, setuju, tidak berpendapat atau netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

### Penyusunan kuesioner

Ada tiga langkah yang digunakan dalam menyusun sebuah kuesioner yaitu :

1. Menetapkan sebuah Konstrak, yaitu membuat batasan mengenai variabel yang akan diukur, yaitu :  
Konstrak 1 : Kualitas Penggunaan  
Konstrak 2 : Kualitas Interaksi  
Konstrak 3 : Kualitas Informasi  
Konstrak 4 : Kepuasan Pelanggan
2. Menentukan faktor-faktor, yaitu mencoba menemukan unsur-unsur yang ada pada sebuah kontrak. Jadi, pada dasarnya adalah perincian lebih lanjut dari sebuah kontrak.
3. Menyusun butir-butir pertanyaan, yaitu mencoba menjabarkan semua faktor-faktor lebih lanjut dalam berbagai pertanyaan yang langsung berinteraksi dengan pengisi kuesioner.

### Pengambilan Sampel dan Penyebaran Kuesioner

- Penentuan lokasi dan waktu penelitian. Penelitian ini dilakukan pada rentang waktu bulan Maret-Agustus 2017, di daerah Jakarta.
- Pengambilan sampel. Sampel merupakan elemen populasi yang dipilih untuk mewakili populasi dalam penelitian (Cooper dan Schindler, 2003). Pengambilan sampel populasi pada penelitian ini menggunakan metode Slovin (Slovin Sevilla, 1960) dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

dimana :

n : jumlah sampel

N: jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan

- Penyebaran kuesioner. Responden dari penelitian ini adalah konsumen/pengguna *website* Lazada dengan rentang usia 19-23 tahun yang merupakan mahasiswa Universitas Gunadarma, kampus Cengkareng. Dari total mahasiswa Universitas gunadarma cengkareng semua tingkat didapatkan total mahasiswa sebanyak

387 mahasiswa aktif. Dengan tingkat batas toleransi kesalahan sebesar 10% maka didapat perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{387}{1 + 387(0,1)(0,1)} \\ &= \frac{387}{1 + 3,87} \\ &= \frac{387}{4,87} \\ &= 79,4 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapatkan dari rumus Slovin di atas, maka diketahui jumlah sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini sebanyak 80 orang responden (hasil perhitungan dibulatkan ke atas) dengan tingkat kepercayaan (*level confidence*) 90% dan *error tolerance* 10%.

### Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan *valid* atau sah jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan apa yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s^2}{n_1} + \frac{s^2}{n_2}}} \quad (2)$$

$$s^2 = \frac{\left(\sum x_1^2 - \frac{(\sum x_1)^2}{n_1}\right) + \left(\sum x_2^2 - \frac{(\sum x_2)^2}{n_2}\right)}{n_1 + n_2 - 2} \quad (3)$$

Dimana :

T : koefisien yang dicari

$\bar{X}_1$  : nilai rata-rata kelompok I

$\bar{X}_2$  : nilai rata-rata kelompok II

n : jumlah subjek

Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS, pengambilan keputusan dari uji validitas didasarkan pada :

- Jika r hitung > r tabel maka kuesioner dinyatakan valid
- Jika r hitung < r tabel maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Untuk mengukur reliabilitas dilakukan pengukuran dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (4)$$

Dimana :

$r_{11}$  : reliabilitas instrumen

$k$  : banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  : jumlah varians butir

$\sigma_t^2$  : varians total

### Uji Normalitas

Uji normalitas data dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, antara lain uji chi-kuadrat, uji lilliefors, dan uji kolmogorov-smirnov. Pada penelitian ini digunakan uji normalitas menggunakan uji kolmogorov smirnov, dimana pengambilan keputusan didasarkan pada penyimpangan maksimum D seperti pada didefinisikan sebagai berikut :

$$D = \max_x |F_n(x) - F_0(x)| \quad ; x \in \mathbb{R} \quad (5)$$

dengan

$F_0(x)$  : frekuensi relatif kumulatif yang dihitung menggunakan distribusi teoritis sebagaimana dinyatakan dalam hipotesa nol.

$F_n(x)$  : frekuensi relatif kumulatif yang dihitung menggunakan distribusi empiris (yang sedang diuji).

### Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan karena terdapat varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi. Pada penelitian kali ini metode yang akan digunakan yaitu metode Glejser melalui perangkat lunak SPSS.

### Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel bebas. Metode yang akan digunakan untuk uji multikolinearitas pada penelitian ini

yaitu dengan nilai tolerance –VIF (varian inflating factor). Proses pengerjaan dibantu dengan perangkat lunak SPSS. Dasar pengambilan keputusan :

1. Berdasarkan nilai *Tolerance*
  - Jika nilai tolerance > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas
  - Jika nilai tolerance < 0.10 maka terjadi multikolinearitas
2. Berdasarkan nilai VIF
  - Jika nilai VIF < 10.00 maka tidak terjadi multikolinearitas
  - Jika nilai VIF > 10.00 maka terjadi multikolinearitas

### Autokorelasi

Uji autokorelasi perlu dilakukan karena adanya kelembaman waktu, adanya bias spesifikasi model dan manipulasi data. Pada penelitian ini uji autokorelasi dilakukan dengan Durbin Watson melalui perangkat lunak SPSS, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika  $d < dl$  atau  $d > 4-dl$  maka terdapat autokorelasi
2. Jika  $du < d < 4-du$  maka terdapat autokorelasi
3. Jika  $dl < d < du$  atau  $4-du < d < 4-du$  maka tidak terdapat kesimpulan

### Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Rumus regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n \quad (6)$$

Dimana :

$Y'$  : variabel dependen

$X_1$  dan  $X_2$  : variabel independen

$a$  : konstanta

$b$  : koefisien regresi

### Uji F

Uji F berfungsi untuk mengetahui pengaruh dari 2 variabel *independent* (variabel bebas) atau lebih secara simultan atau bersama terhadap variabel *dependent* (variabel terikat). Terdapat dua cara yang bisa digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan dalam uji F. Cara pertama, dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel. Sedangkan cara yang kedua dengan membandingkan nilai signifikansi atau nilai probabilitas dari hasil perhitungan SPSS apakah nilai signifikansi tersebut lebih besar atau lebih kecil dari nilai standar statistik yakni 0,05.

Nilai F tabel diperoleh dari rumus berikut:

$$F \text{ tabel} = F(k; n-k) \quad (8)$$

Dimana :

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel bebas (X)

### Uji T

Uji T parsial dalam analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *independent* (bebas) X secara parsial atau sendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (terikat) Y.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji t parsial dalam analisis regresi berganda dibagi atas dua yaitu :

- (a) Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel.
  - i. Jika nilai t hitung > t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
  - ii. jika nilai t hitung < t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap bvariabel terikat.
- (b) Berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS
  - i. Jika nilai Sig. < 0,05 maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).
  - ii. Jika nilai Sig. > 0,05 maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Nilai t tabel diperoleh dari rumus berikut :

$$t \text{ tabel} = t(\alpha/2; n - k - 1) \quad (8)$$

dimana :

$\alpha$  (alpha) : 0,05

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel bebas (X)

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan oleh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Dalam penelitian ini untuk menentukan koefisien determinasi diperoleh melalui SPSS

### PEMBAHASAN

Dari hasil penyebaran kuesioner ke 80 responden dan pengolahan data melalui SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

#### Hasil Uji Validitas

Dengan mengambil nilai signifikansi 5% dari distribusi nilai r tabel yang digunakan yaitu : r tabel = N(80) = 0,220, output atau hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 3, 4 dan 5 berikut :

Tabel 3. Hasil uji validitas kualitas penggunaan (*usability*)

No.Item	r xy	r tabel 5% (80)	Keterangan
1.1	0.533	0.22	Valid
1.2	0.664	0.22	Valid
1.3	0.636	0.22	Valid
1.4	0.661	0.22	Valid
1.5	0.641	0.22	Valid
1.6	0.515	0.22	Valid
1.7	0.549	0.22	Valid
1.8	0.576	0.22	Valid

Tabel 4. Hasil uji validasi kualitas interaksi (*interaction quality*)

No.Item	r xy	r tabel 5% (80)	Keterangan
2.1	0.745	0.22	Valid
2.2	0.656	0.22	Valid
2.3	0.493	0.22	Valid
2.4	0.772	0.22	Valid
2.5	0.581	0.22	Valid
2.6	0.684	0.22	Valid
2.7	0.694	0.22	Valid

Tabel 5. Hasil uji validasi kualitas informasi (*Information Quality*)

No.Item	r xy	r tabel 5% (80)	Keterangan
3.1	0.417	0.22	Valid
3.2	0.569	0.22	Valid
3.3	0.629	0.22	Valid
3.4	0.451	0.22	Valid
3.5	0.470	0.22	Valid
3.6	0.687	0.22	Valid
3.7	0.711	0.22	Valid

Dari tabel 3, 4 dan 5 di atas terlihat bahwa total r hitung untuk masing-masing variabel menyatakan lebih besar dari nilai r tabel 0,22 , maka, atas dasar tersebut uji validitas kuesioner dari variabel kualitas penggunaan (*Usability*), kualitas informasi (*Information Quality*) dan kualitas interaksi (*Interaction Quality*) dinyatakan Valid.

### Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha. Uji signifikan dilakukan pada taraf  $\alpha = 0,05$ . Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *alpha* lebih besar dari t tabel (0,220). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil uji reliabilitas

Variabel	r xy	r tabel 5% (80)	Keterangan
X1	0.737	0.22	Reliabel
X2	0.787	0.22	Reliabel
X3	0.649	0.22	Reliabel
Y	0.777	0.22	Reliabel

Pada tabel 6 di atas terlihat bahwa nilai koefisien reliabilitas kuesioner kualitas penggunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi serta variabel kepuasan pelanggan Y lebih besar dari nilai t tabel. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner dalam penelitian ini reliabel atau konsisten, sehingga dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

### Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov Residual

Hasil uji normalitas kolmogorov smirnov melalui perangkat lunak SPSS diperoleh hasil seperti tampak pada tabel 7 berikut ini

Tabel 7. Hasil uji normalitas kolmogorov smirnov dengan SPSS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20005839
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.038
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Dari hasil pengolahan pada tabel 7 di atas didapat nilai signifikansi sebesar 0.200 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Hasil uji heteroskedastisitas Glejser dapat dilihat pada hasil pengolahan melalui SPSS seperti tampak pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil uji heteroskedastisitas Glejser dengan SPSS

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.628	2.628		1.000	.320
	Kualitas Penggunaan (X1)	.196	.105	.182	1.876	.064
	Kualitas Interaksi (X2)	.044	.109	.048	.407	.685
	Kualitas Informasi (X3)	.682	.110	.629	6.214	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari tabel 8 di atas, tampak bahwa :

- variabel kualitas penggunaan X1 memiliki nilai signifikansi yaitu  $0.064 > 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel X1 tidak terjadi heteroskedastisitas.
- variabel kualitas interaksi X2 nilai signifikansi nya yaitu  $0.685 > 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel X2 tidak terjadi heteroskedastisitas.
- variabel kualitas informasi X3 nilai signifikansi nya yaitu  $0.000 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel X3 terjadi heteroskedastisitas.

### Hasil Uji Multikolinearitas dengan Tolerance –VIF

Hasil uji multikolinearitas dengan Tolerance –VIF yang diolah menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel 9 .

Tabel 9. Hasil uji Multikolinearitas dengan Tolerance–VIF dengan SPSS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.628	2.628			1.000	.320		
Kualitas Penggunaan (X1)	.196	.105	.182	1.876	.064	.560	1.785	
Kualitas Interaksi (X2)	.044	.109	.048	.407	.685	.381	2.626	
Kualitas Informasi (X3)	.682	.110	.629	6.214	.000	.517	1.936	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari hasil perhitungan pada tabel 9 di atas hasil analisisnya tampak pada tabel 10 :

Tabel 10. Hasil uji multikolinearitas dengan Tolerance–VIF melalui SPSS

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Penggunaan (X1)	0.563	1.785	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Interaksi (X2)	0.381	2.626	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Informasi (X3)	0.517	1.936	Tidak terjadi multikolinearitas

### Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin Watson

Hasil uji autokorelasi dengan Durbin Watson dapat dilihat pada hasil pengolahan melalui SPSS seperti tampak pada tabel 11 :

Tabel 11. Hasil uji uji autokorelasi dengan Durbin Watson dengan SPSS.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.773 <sup>a</sup>	.597	.581	2.243	1.874

Dari tabel 11 autokorelasi di atas diperoleh hasil seperti tampak pada tabel 12 :

Tabel 12. Tabel Uji Autokorelasi

d	dl	du	4-dl	4-du
1.874	1.560	1.7153	2.440	2.2847

Hasil analisis tabel 12 :

- nilai d merupakan nilai durbin watson dari output = 1.874
- nilai dl didapatkan dari nilai distribusi tabel durbin watson k3 n 80 = 1.560
- nilai du didapatkan dari nilai distribusi tabel durbin watson k3 n 80 = 1.7153
- $4-dl = 4.00 - 1.560 = 2.440$
- $4-du = 4.00 - 1.7153 = 2.2847$

Karena nilai  $du < d < 4-du$  atau  $1.7153 < 1.874 < 2.2847$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai d (durbin watson ) lebih besar dari nilai du, dan nilai d kurang dari nilai 4 – du maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi atau tidak terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode t-1 sebelumnya.

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji-uji yang menyertai analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS dapat dilihat pada tabel 13, 14 dan 15 berikut ini :

Tabel 13. Hasil uji korelasi dengan SPSS

	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Penggunaan (X1)	Kualitas Interaksi (X2)	Kualitas Informasi (X3)	
Pearson Correlation	Kepuasan Pelanggan (Y)	1.000	.521	.606	.752
	Kualitas Penggunaan (X1)	.521	1.000	.662	.488
	Kualitas Interaksi (X2)	.606	.662	1.000	.694
	Kualitas Informasi (X3)	.752	.488	.694	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Pelanggan (Y)	.000	.000	.000	.000
	Kualitas Penggunaan (X1)	.000	.000	.000	.000
	Kualitas Interaksi (X2)	.000	.000	.000	.000
	Kualitas Informasi (X3)	.000	.000	.000	.000
N	Kepuasan Pelanggan (Y)	80	80	80	80
	Kualitas Penggunaan (X1)	80	80	80	80
	Kualitas Interaksi (X2)	80	80	80	80
	Kualitas Informasi (X3)	80	80	80	80

Dari tabel 13 dapat dijelaskan bahwa :

- Besar hubungan antar variabel kepuasan pelanggan dengan kualitas penggunaan adalah 0.521, nilai hubungan antara variabel kepuasan pelanggan dengan kualitas interaksi adalah 0.606, sedangkan nilai untuk hubungan antara variabel kepuasan pelanggan dengan kualitas informasi adalah 0.752. Secara teoritis, karena korelasi antara kepuasan pelanggan dan kualitas informasi paling besar, maka variabel kualitas informasi merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Makalah Seminar SeNTIK 2017 – STMIK JAKARTA STI&K  
26 Juli 2017

- Tingkat signifikansi koefisien korelasi satu sisi dari output (diukur dari probabilitasnya ) menghasilkan angka 0.000 atau 0. Karena probabilitas jauh dibawah atau < 0.05 maka dapat disimpulkan terdapat korelasi diantara variabel kepuasan pelanggan dengan kualitas penggunaan, informasi dan interaksi.

Tabel 14 berikut ini diperoleh dari hasil pengolahan untuk mengetahui keterkaitan antar variabel :

Tabel 14. Hasil R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 <sup>a</sup>	.597	.581	2.243

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi (X3), Kualitas Penggunaan (X1), Kualitas Interaksi (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari tabel 14 dapat dijelaskan:

- Angka R adalah 0.773 . Hal ini berarti 77.3% dari Kepuasan pelanggan bisa dijelaskan atau berkaitan dengan variabel kualitas penggunaan, informasi dan interaksi. Sedangkan sisanya ( 100% - 77,3% =22.7%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain.
- *Standart error of estimate* adalah 2,243 atau 2 orang responden. Pada output yang ada pada tabel descriptive statistic standar deviasi untuk kepuasan pelanggan yaitu 3.467 yang lebih besar dari *standart error of estimate* yang bernilai 2.243. Karena lebih kecil standart deviasi kepuasan pelanggan maka, model regresi lebih bagus bertindak sebagai prediktor untuk variabel kepuasan pelanggan daripada rata-rata kepuasan pelanggan itu sendiri.

Tabel 15 berikut adalah hasil pengolahan untuk mendapatkan persamaan regresi.

Tabel 15. Hasil Regresi dengan SPSS

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.628	2.628		1.000	.320
	Kualitas Penggunaan (X1)	.196	.105	.182	1.876	.064
	Kualitas Interaksi (X2)	.044	.109	.048	.407	.685
	Kualitas Informasi (X3)	.682	.110	.629	6.214	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 15 menunjukkan persamaan dari regresi linier berganda, yaitu :

$$Y = 2.268 + 0.196 X1 + 0.044 X2 + 0.682 X3$$

Dimana :

Y = kepuasan pelanggan

X1 = Kualitas Penggunaan

X2 = Kualitas Interaksi

X3 = Kualitas Informasi

Koefisien regresi X1 sebesar 0.196, koefisien regresi X2 sebesar 0.44, koefisien regresi X3 sebesar 0.682

## Hipotesis

Perumusan hipotesis pada analisis regresi linear berganda penelitian ini adalah :

- H1 = Terdapat pengaruh kualitas penggunaan (X1) terhadap kepuasan pelanggan
- H2 = Terdapat pengaruh kualitas interaksi (X2) terhadap kepuasan pelanggan
- H3 = Terdapat pengaruh kualitas informasi (X3) terhadap kepuasan pelanggan
- H4 = Terdapat pengaruh kualitas penggunaan (X1), kualitas interaksi (X2), dan kualitas informasi (X3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Tingkat kepercayaan 95% ,  $\alpha = 0.05$

## Hasil Uji T

Hasil perhitungan uji t dengan SPSS tampak seperti pada tabel 16 :

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.628	2.628		1.000	.320
	Kualitas Penggunaan (X1)	.196	.105	.182	1.876	.064
	Kualitas Interaksi (X2)	.044	.109	.048	.407	.685
	Kualitas Informasi (X3)	.682	.110	.629	6.214	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 16. Hasil uji T dengan SPSS

Dari tabel 16 dapat dilakukan analisis terhadap hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Hasilnya adalah sebagai berikut :

- Pengujian Hipotesis Pertama ( H1)

Dari gambar 10 diketahui bahwa nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0.064 > 0.05$  dan nilai t hitung  $1.876 < t$  tabel 1.991 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X1 terhadap Y atau berarti kualitas penggunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui dari gambar 10, nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0.685 > 0.05$  dan nilai t hitung  $0.407 < t$  tabel 1.991 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y atau berarti tidak terdapat pengaruh antara kualitas interaksi dengan kepuasan pelanggan.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Dari gambar 10 diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai t hitung  $6.214 > t$  tabel 1.991 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X3 terhadap Y atau berarti terdapat pengaruh antara kualitas informasi dengan kepuasan pelanggan.

**Hasil Uji F**

Hasil perhitungan uji F dengan SPSS tampak seperti pada tabel 17 :

Tabel 17. Hasil uji F dengan SPSS

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	567.170	3	189.057	37.576	.000 <sup>b</sup>
	Residual	382.390	76	5.031		
	Total	949.550	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi (X3), Kualitas Penggunaan (X1), Kualitas Interaksi (X2)

Tabel 17 menggambarkan hasil pengujian hipotesis empat (H4), dimana berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 , X2 dan X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai F hitung  $37.576 > F$  tabel 2.72 sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1,X2,X3 secara simultan terhadap Y.

**Koefisien Determinasi**

Hasil koefisien determinasi melalui pengolahan SPSS dapat dilihat pada tabel 18 berikut ini :

Tabel 18. Hasil koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 <sup>a</sup>	.597	.581	2.243

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi (X3), Kualitas Penggunaan (X1), Kualitas Interaksi (X2)

Dari tabel 18 di atas dapat diketahui bahwa nilai dari R2 adalah 0.597. Maka perhitungan koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Kd &= R2 \times 100\% \\
 &= 0,597 \times 100\% \\
 &= 59,7\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan pada hasil penghitungan tersebut, maka diperoleh nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 59,%. Maka dapat diartikan bahwa kualitas website Lazada Indonesia yang meliputi kualitas kegunaan (*usability quality*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*) secara serentak memberikan pengaruh sebesar 59,7% terhadap kepuasan pengguna (user satisfaction), hal ini menunjukkan secara umum penilaian responden/pengguna terhadap situs website Lazada adalah cukup baik.. Sedangkan sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Bila dibandingkan dengan penelitian yang menggunakan metode serupa yang dilakukan oleh Arif dan Puspita [4] tentang penilaian kepuasan responden terhadap situs Tokopedia dimana hasilnya adalah 73,46% , hasil yang diperoleh dari penelitian ini masih lebih kecil, namun hal tersebut dapat disebabkan karena profil dan jumlah sampel responden yang berbeda, begitu pula dengan situs yang dijadikan objek penelitiannya-pun berbeda.

**SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dari kuisisioner yang telah disebarakan kepada 80 responden muda pengguna

website Lazada Indonesia menggunakan metode WebQual 4.0, dapat ditarik simpulan yaitu :

1. Secara simultan , dimensi kualitas website Lazada Indonesia berdasarkan WebQual 4.0 yang meliputi kualitas kegunaan (*usability quality*), kualitas informasi (*information quality*) serta kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*) secara serentak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*) website Lazada Indonesia, dengan presentasi 59,7% atau cukup baik.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan faktor kualitas penggunaan mempunyai pengaruh sebesar 52,1% terhadap kepuasan pengguna, faktor kualitas interaksi mempunyai pengaruh sebesar 60,6% terhadap kepuasan pengguna, dan faktor kualitas informasi mempunyai pengaruh sebesar 75,2% terhadap kepuasan pengguna.
3. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan peanggan yaitu variabel kualitas informasi (*information quality*) dengan presentase sebesar 75,2%.

Saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Memperluas area penelitian dan mencari ruang lingkup dengan populasi yang berbeda dan dengan menggunakan sampel lebih banyak lagi sehingga nantinya dapat diperoleh hasil yang lebih baik.
2. Penelitian yang dilakukan untuk menganalisis kualitas website Lazada Indonesia ini menggunakan metode WebQual 4.0. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode-metode lain atau merubah dan menambahkan varibael-variabel lainnya, sehingga penelitian ini akan menjadi lebih luas lagi.

- [1] Candra Ahmadi, Dadang Hermawan, *E-Business & E-Commerce*, Andi Offset, 2013
- [2] Sri Wiludjeng, Muhamad Daniarsa, “Pengaruh E-Commerce Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Forum Jual Beli Kaskus Di Bandung”, *Prosiding Semantik*, 2013
- [3] Iwan Sidharta, Boy Suzanto, “Pengaruh Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce”, *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol.9, No. 1, Juni 2015, 23-35
- [4] Arif Kurniawan Nugroho, Puspita Kencana Sari, “Analisis Pengaruh Kualitas Website Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode WebQual 4.0”, *e-Proceeding of Management*, Vol 3, No. 3, Desember 2016, pages 2930
- [5] Kausar Fiaz Khawaja, Rahat Hussain Bokhari, “Exploring the Factors Associated With Quality of Website”, *Global Journal of Computer Science and Technology*, Vol 10, Issue 4, November 2010
- [6] Barnes, Stuart, and Vigen, “WebQual : An Exploration of Website Quality”, *ECIS Proceeding*.(2000). Paper 74.
- [7] Singgih Santoso, *Menguasai SPSS 22*. Elex Media Komputindo, 2016.

## DAFTAR PUSTAKA