

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas mengenai hasil dan pembahasan dari analisis yang telah dilakukan. Hasil dan pembahasan ini terdiri dari gambaran umum responden, kualitas *website*, kepuasan pelanggan, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi, analisis regresi linear berganda, dan pengaruh *website quality* terhadap *customer satisfaction*.

4.1 Tampilan Awal *Website* Rodex Travel

Rodex Travel merupakan salah satu perusahaan *travel agent* terbesar yang ada di Surabaya. Awal berdiri pada tahun 2009 dengan sistem *franchise*. Situs Rodex Travel resmi di publikasikan pada tahun 2010.



Gambar 4.1 *Homepage website* Rodex Travel

4.2 Gambaran Umum Responden

Responden berasal dari pengunjung *website* www.rodextravel.com. Jumlah sampel yang diminta mengisi kuesioner sebanyak 95 orang. Jumlah tersebut sudah ditentukan oleh pihak PT. Roda Express Sukses Mandiri.

4.2.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, jumlah responden dalam penelitian ini lebih banyak wanita sebagaimana ditunjukkan Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase
Pria	39	41,1%
Wanita	56	58,9%
Jumlah	95	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah.

4.2.2 Usia

Dalam penelitian ini, diperoleh rata – rata usia responden adalah 21 – 30 tahun, hal ini wajar karena responden yang masuk adalah lulusan Sekolah Menengah yang sudah bekerja.

Tabel 4.2 Responden berdasarkan Usia.

Usia	Jumlah (orang)	Persentase
≤ 20 Tahun	13	13,7%
21 – 30 Tahun	48	50,5%
31 – 40 Tahun	18	18,9%
41 – 50 Tahun	7	7,4%
≥ 51 Tahun	9	9,5%
Jumlah	95	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah

4.2.3 Pendidikan Sebelumnya

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner diperoleh bahwa 55,8% responden berasal dari Sekolah Menengah Atas (SMA), sedangkan 38,9% berasal dari lulusan Sarjana (S1).

Tabel 4.3 Responden berdasarkan Pendidikan Sebelumnya

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
SMA/SMK/Sederajat	53	55,8%
S1	37	38,9%
S2	3	3,2%
Tidak Mengisi	2	2,1%
Jumlah	95	100,0%

Sumber: Data Primer Diolah

4.2.4 Kota Asal

Hasil pengolahan kuesioner juga didapatkan bahwa sebagian besar 55,8% responden berasal dari luar kota Surabaya, sedangkan 40,0% berasal dari kota Surabaya.

Tabel 4.4 Responden berdasarkan Kota Asal

Kota	Jumlah (orang)	Persentase
Surabaya	38	40,0%
Luar Surabaya	53	55,8%
Tidak Mengisi	4	4,2%
Jumlah	95	100,0%

Sumber: Data Primer Diolah

4.2.5 Tujuan mengunjungi Website Rodex Travel

Pada penelitian ini didapatkan bahwa sebagian besar tujuan responden mengunjungi website Rodex Travel adalah untuk bekerja yakni sebesar 62,1%. Sedangkan mengisi waktu luang sebesar 18,9%, melihat berita sebesar 7,4%, dan tujuan lain – lain sebesar 11,6%.

Tabel 4.5 Tujuan Mengunjungi *Website Rodex Travel*

Tujuan	Jumlah (orang)	Persentase
Melihat berita	7	7,4%
Mengisi Waktu Luang	18	18,9%
Bekerja	59	62,1%
Lain – lain	11	11,6%
Jumlah	95	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah

4.3 *Website Quality* (X)

Kualitas *Website* (*Website Quality*) terdiri dari 3 dimensi yakni: Penggunaan (*Usability*), Kualitas Informasi (*Information Quality*), dan Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*).

4.3.1 *Usability* (X1)

Variabel *usability* dalam penelitian ini mempunyai 8 indikator yakni: kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk dimengerti, kemudahan untuk ditelusuri, kemudahan untuk digunakan, tampilan yang menarik, menampilkan bentuk visual yang menyenangkan, memiliki kompetensi yang baik, dan memberikan pengalaman baru yang menyenangkan.

Rekapitulasi jawaban responden pada variabel indikator *usability* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel *Usability* (X1)

No	Indikator	Skor					Mean	StDev
		1	2	3	4	5		
1	mudah dipelajari(X11)	0 0%	6 6,3%	43 45,3%	43 45,3%	3 3,2%	3,45	0,665
2	Mudah dipahami (X12)	0 0%	11 11,6%	34 35,8%	48 50,5%	2 2,1%	3,43	0,724
3	mudah ditelusuri (X13)	6 6,3%	27 28,4%	33 34,7%	26 27,4%	3 3,2%	2,93	0,970

No	Indikator	Skor					Mean	StDev
		1	2	3	4	5		
4	mudah digunakan (X14)	2 2,1%	10 10,5%	36 37,9%	44 46,3%	3 3,2%	3,38	0,801
5	tampilan menarik (X15)	5 5,3%	25 26,3%	39 41,1%	23 24,2%	3 3,2%	2,94	0,920
6	menampilkan bentuk visual yang menyenangkan (X16)	3 3,2%	27 28,4%	40 42,1%	24 25,3%	1 1,1%	2,93	0,841
7	memiliki kompetensi yang baik (X17)	11 11,6%	31 32,6%	31 32,6%	21 22,1%	1 1,1%	2,68	0,981
8	memberikan pengalaman baru yang menyenangkan (X18)	5 5,3%	18 18,9%	37 38,9%	31 32,6%	4 4,2%	3,12	0,944
Usability (X1)							3,11	0,856

Sumber: Lampiran

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa *usability* berada pada skor “3” atau “cukup setuju” sebesar 39% dan skor “4” atau “setuju” sebesar 34% (total 73%), hal ini dapat dikatakan bahwa adanya kecenderungan pengunjung menyetujui pernyataan pada kuesioner yang berarti situs cenderung memiliki *usability* yang baik.

4.3.2 Information Quality (X2)

Variabel *information quality* dalam penelitian ini mempunyai 7 indikator yakni: informasi yang akurat, informasi yang bisa dipercaya, informasi yang *up to date*, informasi yang sesuai dengan topik bahasan, informasi yang mudah dimengerti, informasi yang sangat detail, dan informasi yang disajikan dalam format desain yang sesuai.

Rekapitulasi jawaban responden pada variabel indikator *information quality* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Information Quality (X2)

No	Indikator	Skor					Mean	StDev
		1	2	3	4	5		
1	Informasi akurat (X21)	10 10,5%	9 9,5%	37 38,9%	34 35,8%	5 5,3%	3,16	1,035

No	Indikator	Skor					Mean	StDev
		1	2	3	4	5		
2	Informasi bisa dipercaya (X22)	1 1,1%	7 7,4%	37 38,9%	43 45,3%	7 7,4%	3,51	0,784
3	Informasi up to date (X23)	42 44,2%	21 22,1%	18 18,9%	10 10,5%	4 4,2%	2,08	1,200
4	Informasi yang relevan (X24)	29 30,5%	25 26,3%	22 23,2%	15 15,8%	4 4,2%	2,37	1,194
5	Informasi mudah dimengerti (X25)	1 1,1%	4 4,2%	59 62,1%	29 30,5%	2 2,1%	3,28	0,630
6	Informasi detail (X26)	24 25,3%	36 37,9%	17 17,9%	17 17,9%	1 1,1%	2,32	1,074
7	Format informasi sesuai (X27)	10 10,5%	24 25,3%	35 36,8%	24 25,3%	2 2,1%	2,83	0,996
Information Quality (X2)							2,79	0,988

Sumber: Lampiran

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa *information quality* berada pada skor “3” atau “cukup setuju” sebesar 34% dan skor “4” atau “setuju” sebesar 26% (total 60%), hal ini dapat dikatakan bahwa pengunjung cukup menyetujui pernyataan pada kuesioner yang berarti situs cenderung memiliki *information quality* yang cukup baik. Namun karena persentasenya masih 60%, maka Rodex Travel sebaiknya meningkatkan kualitas informasinya.

4.3.3 Interaction Quality (X3)

Variabel *interaction quality* dalam penelitian ini mempunyai 7 indikator yakni: kemampuan memberi rasa aman saat transaksi, memiliki reputasi yang bagus, memudahkan komunikasi, menciptakan perasaan emosional yang lebih personal, memiliki kepercayaan dalam menyimpan informasi pribadi pengguna, mampu menciptakan komunitas yang lebih spesifik, mampu memberi keyakinan bahwa janji yang disampaikan akan ditepati.

Rekapitulasi jawaban responden pada variabel indikator *interaction quality* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel *Interaction Quality* (X3)

No	Indikator	Skor					Mean	StDev
		1	2	3	4	5		
1	Reputasi baik(X31)	1 1,1%	13 13,7%	29 30,5%	49 51,6%	3 3,2%	3,42	0,807
2	Aman bertransaksi (X32)	2 2,1%	11 11,6%	26 27,4%	51 53,7%	5 5,3%	3,48	0,849
3	Informasi pribadi aman (X33)	1 1,1%	8 8,4%	32 33,7%	50 52,6%	4 4,2%	3,51	0,756
4	Ruang personalisasi (X34)	2 2,1%	27 28,4%	38 40,0%	26 27,4%	2 2,1%	2,99	0,857
5	Ruangkomunitas (X35)	3 3,2%	23 24,2%	50 52,6%	14 14,7%	5 5,3%	2,95	0,855
6	Mudah berkomunikasi (X36)	2 2,1%	11 11,6%	40 42,1%	40 42,1%	2 2,1%	3,31	0,787
7	Janji ditepati (X37)	0 0%	3 3,2%	34 35,8%	55 57,9%	3 3,2%	3,61	0,607
<i>Interaction Quality</i> (X3)							3,32	0,788

Sumber: Lampiran

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa *interaction quality* berada pada skor “3” atau “cukup setuju” sebesar 37% dan skor “4” atau “setuju” sebesar 43% (total 80%), hal ini dapat dikatakan bahwa adanya kecenderungan pengunjung menyetujui pernyataan pada kuesioner yang berarti situs cenderung memiliki *interaction quality* yang baik.

4.4 *Customer Satisfaction* (Y)

Variabel *customer satisfaction* dalam penelitian ini mempunyai 7 indikator yakni: rasa suka dengan *website*, rasa suka dengan layanan *website*, kesenangan dalam bertransaksi, situs diakses dengan cepat, layanan yang baik, kebermanfaatan informasi, dan kemudahan mengakses.

Rekapitulasi jawaban responden pada variabel indikator *customer satisfaction* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel *Customer Satisfaction* (Y)

No	Indikator	Skor					Mean	StDev
		1	2	3	4	5		
1	Rasa suka terhadap tampilan (Y11)	4 4,2%	35 36,8%	42 44,2%	13 13,7%	1 1,1%	2,71	0,797
2	Rasa suka terhadap layanan(Y12)	8 8,4%	34 35,8%	32 33,7%	21 22,1%	0 0%	2,69	0,912
3	Rasa senang bertransaksi(Y13)	3 3,2%	18 18,9%	43 45,3%	28 29,5%	3 3,2%	3,11	0,856
4	Tidak menunggu lama(Y14)	52 54,7%	22 23,2%	9 9,5%	12 12,6%	0 0%	1,80	1,058
5	Petugas selalu online(Y15)	12 12,6%	33 34,7%	29 30,5%	18 18,9%	3 3,2%	2,65	1,029
6	Kebermanfaatan informasi(Y16)	7 7,4%	25 26,3%	39 41,1%	21 22,1%	3 3,2%	2,87	0,948
7	Bisa diakses dgn gadget apapun(Y17)	19 20,0%	23 24,2%	28 29,5%	18 18,9%	7 7,3%	2,69	1,203
Customer Satisfaction (Y)							2,64	0,972

Sumber: Lampiran

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa *customer satisfaction* berada pada skor “2” atau “tidak setuju” sebesar 28,5% dan skor “3” atau “cukup setuju” sebesar 33,4% (total 61,9%), hal ini dapat dikatakan bahwa pengunjung kurang menyetujui pernyataan pada kuesioner yang berarti pengunjung cenderung kurang puas terhadap layanan *website*. Sehingga Rodex Travel perlu meningkatkan kualitas layanan *website* nya

4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Selesai memasukkan data pada program SPSS versi 21, maka kegiatan berikutnya adalah uji prasyarat. Uji ini dilakukan untuk melihat butir – butir pertanyaan mana yang layak untuk dipergunakan untuk mewakili variabel – variabel bebas dalam penelitian ini.

4.5.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori pada masing – masing variabel laten yaitu *Usability (X1)*, *Information Quality (X2)*, *Interaction Quality (X3)*, *Customer Satisfaction (Y)* melalui program SPSS.

Berikut ini adalah output dari uji validitas item dengan menggunakan aplikasi SPSS:

1. *Usability (X1)*

Tabel 4.10 Output Validitas Usability (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X11	21,40	22,285	,735	,878
X12	21,42	22,544	,621	,885
X13	21,93	19,814	,762	,871
X14	21,47	22,975	,485	,897
X15	21,92	21,312	,610	,887
X16	21,93	20,814	,758	,872
X17	22,17	19,461	,799	,867
X18	21,74	20,792	,657	,882

Penjelasan dari output SPSS adalah sebagai berikut:

Uji validitas ini menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi, atau menggunakan batasan 0,3 (Azwar,1999). Untuk batasan r tabel maka dengan $n = 95$ maka di dapat r tabel sebesar 0,168. Artinya jika nilai korelasi lebih dari batasan yang ditentukan maka item dianggap valid, sedangkan jika kurang dari batasan yang ditentukan maka item dianggap tidak valid.

Pada output hasil korelasi dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* diketahui korelasi X11 dengan skor total sebesar 0,735. Lihat juga pada korelasi X12, X13 dan seterusnya dengan skor total menunjukkan nilai

korelasi di atas nilai r tabel 0,168 maka dapat disimpulkan bahwa item tersebut valid.

2. *Information Quality (X2)*

Tabel 4.11 Output Validitas Information Quality (X2)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X21	16,39	20,708	,518	,851
X22	16,04	22,424	,487	,853
X23	17,46	18,507	,650	,833
X24	17,18	17,170	,814	,804
X25	16,26	22,813	,572	,848
X26	17,23	18,159	,802	,807
X27	16,72	20,589	,561	,844

Penjelasan dari output SPSS adalah sebagai berikut:

Uji validitas ini menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi, atau menggunakan batasan 0,3 (Azwar,1999). Untuk batasan r tabel maka dengan $n = 95$ maka di dapat r tabel sebesar 0,168. Artinya jika nilai korelasi lebih dari batasan yang ditentukan maka item dianggap valid, sedangkan jika kurang dari batasan yang ditentukan maka item dianggap tidak valid.

Pada output hasil korelasi dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* diketahui korelasi X21 dengan skor total sebesar 0,518. Lihat juga pada korelasi X22, X23 dan seterusnya dengan skor total menunjukkan nilai korelasi di atas nilai r tabel 0,168 maka dapat disimpulkan bahwa item tersebut valid.

3. Interaction Quality (X3)

**Tabel 4.12 Output Validitas Interaction Quality (X3)
Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X31	19,84	12,475	,692	,840
X32	19,78	12,174	,705	,838
X33	19,76	12,717	,701	,839
X34	20,27	13,073	,526	,864
X35	20,32	12,580	,619	,851
X36	19,96	12,551	,700	,839
X37	19,65	14,165	,555	,859

Penjelasan dari output SPSS adalah sebagai berikut:

Uji validitas ini menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi, atau menggunakan batasan 0,3 (Azwar,1999). Untuk batasan r tabel maka dengan $n = 95$ maka di dapat r tabel sebesar 0,168. Artinya jika nilai korelasi lebih dari batasan yang ditentukan maka item dianggap valid, sedangkan jika kurang dari batasan yang ditentukan maka item dianggap tidak valid.

Pada output hasil korelasi dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* diketahui korelasi X31 dengan skor total sebesar 0,692. Lihat juga pada korelasi X32, X33 dan seterusnya dengan skor total menunjukkan nilai korelasi di atas nilai r tabel 0,168 maka dapat disimpulkan bahwa item tersebut valid.

4. Customer Satisfaction (Y)

**Tabel 4.13 Output Validitas Customer Satisfaction (Y)
Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y11	15,82	21,276	,636	,857
Y12	15,83	20,078	,696	,848
Y13	15,42	20,693	,663	,853
Y14	16,73	19,520	,637	,855
Y15	15,87	19,814	,624	,857
Y16	15,65	19,463	,745	,841
Y17	15,83	18,844	,603	,864

Penjelasan dari output SPSS adalah sebagai berikut:

Uji validitas ini menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi, atau menggunakan batasan 0,3 (Azwar,1999). Untuk batasan r tabel maka dengan $n = 95$ maka di dapat r tabel sebesar 0,168. Artinya jika nilai korelasi lebih dari batasan yang ditentukan maka item dianggap valid, sedangkan jika kurang dari batasan yang ditentukan maka item dianggap tidak valid.

Pada output hasil korelasi dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* diketahui korelasi Y11 dengan skor total sebesar 0,636. Lihat juga pada korelasi Y12, Y13 dan seterusnya dengan skor total menunjukkan nilai korelasi di atas nilai r tabel 0,168 maka dapat disimpulkan bahwa item tersebut valid.

4.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran diulang. Instrumen kuesioner yang tidak reliabel

maka tidak dapat konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode Cronbach Alpha.

Berikut ini adalah output dari uji reliabilitas item dengan menggunakan aplikasi SPSS:

1. *Usability* (X1)

**Tabel 4.14 Output Reliabilitas Usability (X1)
Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Tabel 4.15 Output Reliabilitas Usability (X1)
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,894	8

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas biasanya menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

Pada output pertama Tabel 4.14 diketahui data valid sebanyak 95, lalu output kedua Tabel 4.15 adalah hasil uji reliabilitas yang di dapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,894 dengan jumlah item sebanyak 8. Karena nilai lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada Kualitas Penggunaan adalah reliabel.

2. Information Quality (X2)

**Tabel 4.16 Output Reliabilitas Information Quality (X2)
Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Tabel 4.17 Output Reliabilitas Information Quality (X2)
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	7

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas biasanya menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

Pada output pertama Tabel 4.16 diketahui data valid sebanyak 95, lalu output kedua Tabel 4.17 adalah hasil uji reliabilitas yang di dapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,856 dengan jumlah item sebanyak 7. Karena nilai lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada Kualitas Informasi adalah reliabel.

3. *Interaction Quality (X3)*

**Tabel 4.18 Output Reliabilitas Interaction Quality (X3)
Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Tabel 4.19 Output Reliabilitas Interaction Quality (X3)
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,866	7

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas biasanya menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

Pada output pertama Tabel 4.18 diketahui data valid sebanyak 95, lalu output kedua Tabel 4.19 adalah hasil uji reliabilitas yang di dapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,866 dengan jumlah item sebanyak 7. Karena nilai lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada Kualitas Interaksi adalah reliabel.

4. *Customer Satisfaction (Y)*

**Tabel 4.20 Output Reliabilitas Customer Satisfaction (Y)
Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Tabel 4.21 Output Reliabilitas Customer Satisfaction (Y)
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,872	7

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas biasanya menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

Pada output pertama Tabel 4.20 diketahui data valid sebanyak 95, lalu output kedua Tabel 4.21 adalah hasil uji reliabilitas yang di dapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,872 dengan jumlah item sebanyak 7. Karena nilai lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada Kualitas Interaksi adalah reliabel.

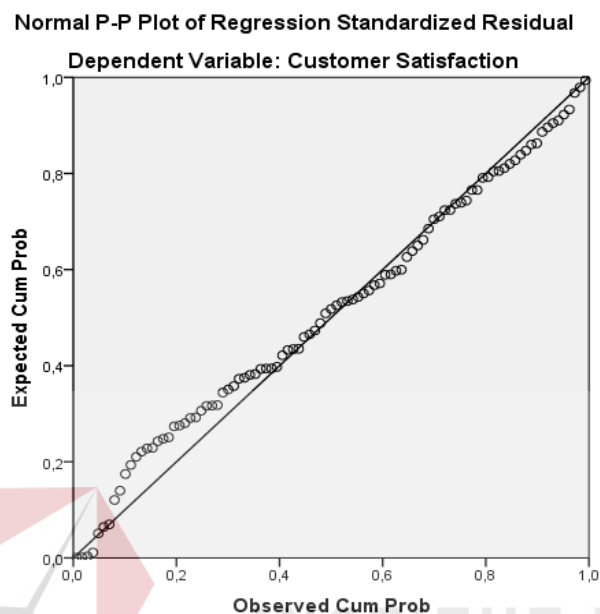
4.6 Uji Asumsi

Model regresi linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi linearitas, normalitas data dan bebas dari asumsi klasik statistik yang meliputi Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, dan Autokorelasi.

4.6.1 Uji Normalitas Data

Uji ini digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas pada regresi ini menggunakan metode grafik. Dengan menggunakan metode grafik maka dapat

dilihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal P – P *Plot of regression standardized residual*. Output dari uji normalitas pada regresi dapat dilihat pada Gambar 4.2



Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot

Dari grafik tersebut dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data terdistribusi dengan normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF pada model regresi. Metode pengambilan keputusan yaitu jika semakin kecil nilai *Tolerance* dan semakin besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Dalam kebanyakan penelitian menyebutkan bahwa jika *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF

kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Output dari uji multikolinieritas dengan menggunakan aplikasi SPSS terdapat pada Tabel 4.22.

Tabel 4.22 Multikolinieritas *Coefficients*^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-4,439	1,970		-2,254	,027		
1 Usability	,257	,095	,261	2,711	,008	,434	2,304
Information Quality	,365	,085	,366	4,291	,000	,553	1,807
Interaction Quality	,405	,098	,325	4,122	,000	,648	1,544

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Dari tabel 4.22 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dari ketiga variabel independen lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada model regresi.

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji koefisien korelasi *Spearman's Rho*. Metode uji *Spearman's Rho* yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan nilai *unstandartized residual*. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Output dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan aplikasi SPSS dapat dilihat pada Tabel 4.23.

Tabel 4.23 Heteroskedastisitas Correlations

	Unstandardized Residual	Usability	Information Quality	Interaction Quality
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,062	,053	,053
	Sig. (2-tailed)	,548	,607	,611
	N	95	95	95
Usability	Correlation Coefficient	,062	,652**	,548**
	Sig. (2-tailed)	,548	,000	,000
	N	95	95	95
Spearman's rho	Correlation Coefficient	,053	,652**	,376**
	Sig. (2-tailed)	,607	,000	,000
	N	95	95	95
Information Quality	Correlation Coefficient	,053	,548**	,376**
	Sig. (2-tailed)	,611	,000	,000
	N	95	95	95
Interaction Quality	Correlation Coefficient	,053	,376**	,000
	Sig. (2-tailed)	,611	,000	,000
	N	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel 4.23 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel X1 sebesar 0,548, variabel X2 sebesar 0,607, dan variabel X3 sebesar 0,611. Karena nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas.

4.6.4 Uji Autokorelasi.

Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi umumnya dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (Dw test).

Output dari uji autokorelasi dengan menggunakan aplikasi SPSS dapat dilihat pada tabel 4.24.

Tabel 4.24 Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,796 ^a	,634	,622	3,170	2,086

a. Predictors: (Constant), Interaction Quality, Information Quality, Usability

b. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Uji Durbin-Watson yaitu dengan membandingkan nilai Durbin-Watson dari hasil regresi dengan nilai Durbin-Watson tabel. Prosedur pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan Hipotesis

H_0 : tidak terjadi autokorelasi

H_1 : terjadi autokorelasi

2. Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05

3. Menentukan nilai d (Durbin-Watson)

Nilai Durbin-Watson yang didapat dari hasil regresi adalah 2,086

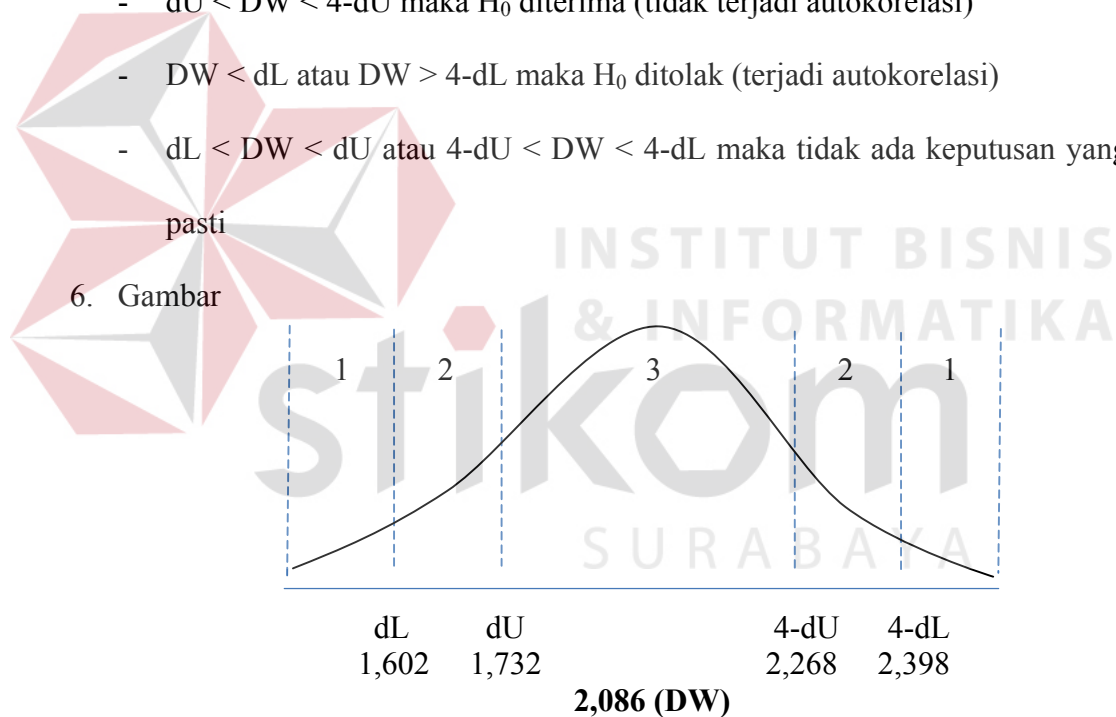
4. Menentukan nilai dL dan dU

Nilai dL dan dU dapat dilihat pada tabel Durbin-Watson pada signifikansi 0,05, $n=95$ dan $k=3$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Di dapat $dL = 1,602$ dan $dU = 1,732$. Jadi dapat dihitung nilai $4-dU = 2,268$ dan $4-dL = 2,398$

5. Pengambilan keputusan

- $dU < DW < 4-dU$ maka H_0 diterima (tidak terjadi autokorelasi)
- $DW < dL$ atau $DW > 4-dL$ maka H_0 ditolak (terjadi autokorelasi)
- $dL < DW < dU$ atau $4-dU < DW < 4-dL$ maka tidak ada keputusan yang pasti

6. Gambar



Gambar 4.3 Daerah penentuan H_0 dalam uji Durbin-Watson

Keterangan:

1 = Daerah H_0 ditolak (ada autokorelasi)

2 = Daerah keragu – ragan (tidak ada keputusan yang pasti)

3 = Daerah H_0 diterima (tidak ada autokorelasi)

7. Kesimpulan

Dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 2,086 terletak pada daerah $dU < DW < 4-dU$ ($1,732 < 2,086 < 2,268$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi.

4.6.5 Uji Linearitas

Metode pengambilan keputusan untuk uji linearitas yaitu jika signifikansi pada Linearity $> 0,05$ maka hubungan antara dua variabel tidak linear, dan jika signifikansi pada Linearity $< 0,05$ maka hubungan antara dua variabel dinyatakan linear.

Berikut ini adalah output dari uji linearitas item dengan menggunakan aplikasi SPSS:

1. *Customer Satisfaction * Usability*

Tabel 4.25 Output Uji Linearitas Customer Satisfaction * Usability ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Customer Satisfaction * Usability	(Combined)	1425,545	21	67,883	4,613	,000
	Between Groups					
	Linearity	1216,811	1	1216,811	82,696	,000
	Deviation from Linearity	208,734	20	10,437	,709	,804
	Within Groups	1074,139	73	14,714		
Total		2499,684	94			

Pada tabel 4.25 di atas dapat diketahui Signifikansi pada Linearity sebesar 0,000. Dikarenakan Signifikansi kurang dari 0,05 jadi hubungan antara Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) dengan Kualitas Penggunaan (*Usability*) dinyatakan linear.

2. *Customer Satisfaction * Information Quality*

Tabel 4.26 Output Uji Linearitas Customer Satisfaction * Information Quality ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Customer Satisfaction * Information Quality	(Combined)	1440,906	21	68,615	4,731	,000
	Between Groups					
	Linearity	1139,418	1	1139,418	78,560	,000
	Deviation from Linearity	301,488	20	15,074	1,039	,430
	Within Groups	1058,778	73	14,504		
Total		2499,684	94			

Pada tabel 4.26 di atas dapat diketahui Signifikansi pada Linearity sebesar 0,000. Dikarenakan Signifikansi kurang dari 0,05 jadi hubungan antara Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) dengan Kualitas Informasi (*Information Quality*) dinyatakan linear.

3. *Customer Satisfaction * Interaction Quality*

Tabel 4.27 Output Uji Linearitas Customer Satisfaction * Interaction Quality ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Customer Satisfaction * Interaction Quality	(Combined)	1381,901	18	76,772	5,220	,000
	Between Groups					
	Linearity	997,136	1	997,136	67,797	,000
	Deviation from Linearity	384,765	17	22,633	1,539	,104
	Within Groups	1117,784	76	14,708		
Total		2499,684	94			

Pada tabel 4.27 di atas dapat diketahui Signifikansi pada Linearity sebesar 0,000. Dikarenakan Signifikansi kurang dari 0,05 jadi hubungan antara Kepuasan

Pelanggan (*Customer Satisfaction*) dengan Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) dinyatakan linear.

Tabel 4.28 Hasil Uji Koefisien Pengaruh Kualitas *Website* terhadap Kepuasan Pelanggan.

Variabel	B	t _{hitung}	Sig	Pengaruh
<i>Usability</i>	0,257	2,711	0,008	Positif dan Signifikan
<i>Information Quality</i>	0,365	4,291	0,000	Positif dan Signifikan
<i>Interaction Quality</i>	0,405	4,122	0,000	Positif dan Signifikan
Koefisien: Determinasi (R ²) = 62,2% F _{hitung} =52,564	Nilai Kritis: t _{tabel} = 1,986 F _{tabel} = 2,704			

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 4.28 di atas dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian dari variabel kualitas penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi (*interaction quality*) berpengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Pada bagian uji F diperoleh nilai F_{hitung} = 52,564 (lebih besar dari F_{tabel}) dan koefisien determinasi sebesar 62,2%. Hasil uji ini menjelaskan bahwa secara simultan diperoleh adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi (*interaction quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dengan kontribusi sebesar 62,2%.

4.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Proses menghitung regresi linear berganda ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS dan output dari perhitungan regresi linear berganda adalah:

Tabel 4.29 Output Regression Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Interaction Quality, Information Quality, Usability ^b		Enter

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

b. All requested variables entered.

Output pada Tabel 4.29 menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan dan yang dikeluarkan dari model. Dalam hal ini semua variabel dimasukkan dan metode yang digunakan adalah Enter.

Tabel 4.30 Output Regression Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 ^a	,634	,622	3,170

a. Predictors: (Constant), Interaction Quality, Information Quality, Usability

b. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Output pada Tabel 4.30 menjelaskan tentang nilai korelasi ganda (R), koefisien determinasi (*R Square*), koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) dan ukuran kesalahan prediksi (*Std Error of the estimate*).

Tabel 4.31 Output Regression ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1585,017	3	528,339	52,564	,000 ^b
	Residual	914,667	91	10,051		
	Total	2499,684	94			

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Interaction Quality, Information Quality, Usability

Pada Tabel ANOVA ini menjelaskan pengujian secara bersama – sama (uji F), sedangkan signifikansi mengukur tingkat signifikansi dari uji F, ukurannya jika signifikansi kurang dari 0,05 maka ada pengaruh secara bersama – sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.32 Output Regression Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4,439	1,970		-2,254	,027
	Usability	,257	,095	,261	2,711	,008
	Information Quality	,365	,085	,366	4,291	,000
	Interaction Quality	,405	,098	,325	4,122	,000

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Output pada Tabel 4.32 menjelaskan tentang uji t yaitu uji secara parsial, sedangkan signifikansi mengukur tingkat signifikansi dari uji t, ukurannya jika signifikansi kurang dari 0,05 maka ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

4.7.1 Prosedur analisis regresi dan pengujian

Pengujian yang dilakukan pada analisis regresi linear berganda yaitu uji F dan uji t. Langkah analisis regresi dan prosedur pengujiannya sebagai berikut:

a. Analisis regresi linear berganda

Persamaan regresi linier berganda tiga variabel independen adalah $b_1 = 0,257$, $b_2 = 0,365$, dan $b_3 = 0,405$. Nilai – nilai pada output kemudian dimasukkan ke dalam persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y' = -4,439 + 0,257 X_1 + -0,365 X_2 + 0,405 X_3$$

(Y' adalah variabel dependen yang diramalkan, a adalah konstanta, b_1, b_2 , dan b_3 adalah koefisien regresi, dan X_1, X_2 , dan X_3 adalah variabel independen).

Keterangan:

- Nilai konstanta (a) = -4,439
artinya apabila kualitas penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi (*interaction quality*) nilainya 0, maka tingkat kepuasan pelanggan nilainya negatif sebesar -4,439.
- Nilai koefisien regresi variabel *usability* (b_1) = 0,257
artinya jika nilai *usability* ditingkatkan sebesar 0,1 satuan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,257 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- Nilai koefisien regresi variabel *information quality* (b_2) = 0,365.
Artinya jika tingkat nilai *information quality* ditingkatkan 0,1 satuan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,365 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

- Nilai koefisien regresi variabel *interaction quality* (b_3) = 0,405.
artinya jika tingkat nilai *interaction quality* ditingkatkan 0,1 satuan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat 0,405 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

b. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis R^2 (R Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Dari output tabel 4.23 Model Summary dapat diketahui nilai R^2 (Adjusted R Square) adalah 0,622. Jadi sumbangan pengaruh dari variabel independen yaitu 62,2% sedangkan sisanya sebesar 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen.

Prosedur pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis

H_0 : Variabel kualitas penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi (*interaction quality*) secara bersama – sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H_1 : Variabel kualitas penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi (*interaction quality*) secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05

3. Menentukan F hitung dan F tabel

- F hitung adalah 52,564 (pada tabel 4.24 ANOVA)
- F tabel dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 $df_1 = k-1$ atau $4-1 = 3$, dan $df_2 = n-k$ atau $95-4 = 91$ ($n =$ jumlah data; $k =$ jumlah variabel independen). Di dapat F tabel adalah sebesar 2,704

4. Pengambilan Keputusan

- Jika $F_{hitung} \leq F_{Tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $F_{hitung} > F_{Tabel}$ maka H_0 ditolak

5. Kesimpulan

Dapat diketahui bahwa $F_{hitung} (52,564) > F_{tabel} (2,704)$ maka H_0 ditolak. Jadi kesimpulannya yaitu kualitas penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi (*interaction quality*) secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

d. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Prosedur pengujiannya sebagai berikut:

1. Pengujian b_1 (*Usability*)

- Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05

- Menentukan t hitung dan t tabel

t hitung adalah 2,711 (pada tabel 4.25 Coefficients). t tabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan $df = n-k-1$ atau $95-3-1 = 91$ (k adalah jumlah variabel independen). Di dapat t tabel sebesar 1,986.

- Pengambilan keputusan

t hitung \leq t tabel atau $-t$ hitung $\geq -t$ tabel jadi H_0 diterima

t hitung $>$ t tabel atau $-t$ hitung $<$ $-t$ tabel jadi H_0 ditolak

- Kesimpulan

Dapat diketahui bahwa t hitung (2,711) $>$ t tabel (1,986) jadi H_0 ditolak, kesimpulannya yaitu *Usability* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*.

2. Pengujian b_2 (*Information Quality*)

- Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05

- Menentukan t hitung dan t tabel

t hitung adalah 4,291 (pada tabel 4.25 Coefficients). t tabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan $df = n-k-1$ atau $95-3-1 = 91$ (k adalah jumlah variabel independen). Di dapat t tabel sebesar 1,986.

- Pengambilan keputusan

t hitung \leq t tabel atau $-t$ hitung $\geq -t$ tabel jadi H_0 diterima

$t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ jadi H_0 ditolak

- Kesimpulan

Dapat diketahui bahwa $t \text{ hitung} (4,291) > t \text{ tabel} (1,986)$ jadi H_0 ditolak, kesimpulannya yaitu *Information Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*.

3. Pengujian b_3 (*Interaction Quality*)

- Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05

- Menentukan $t \text{ hitung}$ dan $t \text{ tabel}$

$t \text{ hitung}$ adalah 4,122 (pada tabel 4.25 Coefficients). $t \text{ tabel}$ dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan $df = n-k-1$ atau $95-3-1 = 91$ (k adalah jumlah variabel independen). Di dapat $t \text{ tabel}$ sebesar 1,986.

- Pengambilan keputusan

$t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} \geq -t \text{ tabel}$ jadi H_0 diterima

$t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ jadi H_0 ditolak

- Kesimpulan

Dapat diketahui bahwa $t \text{ hitung} (4,122) > t \text{ tabel} (1,986)$ jadi H_0 ditolak, kesimpulannya yaitu *Interaction Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*.

4.8 Pengaruh Kualitas Pengguna (*Usability*) terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*).

Berdasarkan tabel 4.28 *usability* dengan koefisien sebesar 0,257 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti dari nilai $t_{hitung} = 2,711$ yang lebih besar dari $t_{tabel} = 1,986$ atau nilai $sig = 0,008$ yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka secara statistik koefisien dari *usability* terhadap kepuasan pelanggan adalah berbeda signifikansi dengan nol. Hasil ini menjelaskan bahwa keragaman kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh *usability*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas penggunaan (*usability*) yang lebih baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan/pengunjung (*customer satisfaction*).

4.9 Pengaruh Kualitas Informasi (*Information Quality*) terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*).

Berdasarkan tabel 4.28 *information quality* dengan koefisien sebesar 0,365 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti dari nilai $t_{hitung} = 4,291$ yang lebih besar dari $t_{tabel} = 1,986$ atau nilai $sig = 0,000$ yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka secara statistik koefisien dari *information quality* terhadap kepuasan pelanggan adalah berbeda signifikan dengan nol. Hasil ini menjelaskan bahwa keragaman kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh *information quality*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi (*information quality*) yang lebih baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan/pengunjung (*customer satisfaction*).

4.10 Pengaruh Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*).

Berdasarkan tabel 4.28 *interaction quality* dengan koefisien sebesar 0,405 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti dari nilai $t_{hitung} = 4,122$ yang lebih besar dari $t_{tabel} = 1,986$ atau nilai $sig = 0,000$ yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka secara statistik koefisien dari *interaction quality* terhadap kepuasan pelanggan adalah berbeda signifikan dengan nol. Hasil ini menjelaskan bahwa keragaman kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh *interaction quality*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas interaksi (*interaction quality*) yang lebih baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan/pengunjung (*customer satisfaction*).

