

BAB V

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1. DATA RESPONDEN

5.1.1 Gambaran Umum Responden

Di dalam penelitian ini, peneliti mengambil responden dari masyarakat kota jambi yang pernah atau menggunakan *website* (<https://pasarangsoduo.com/>). pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner *online* melalui *google form* dengan jumlah 24 pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini. Responden yang berhasil dikumpulkan sebanyak 89 responden. Berikut ini adalah pengelompokan dari gambaran data responden yang telah mengisi kuesioner penelitian ini.

Tabel 5.1 Data Profil Responden

No	Karakteristik	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin			
1.	Laki-laki	85,4	85,4%
	Perempuan	14,6	14,6%
Umur			
2.	20 Tahun	7,9	7,9%
	21-35 Tahun	53,9	53,9%
	36-60 Tahun	34,8	34,8%
	> 60 Tahun	3,4	3,4%
Pekerjaan			
3.	Mahasiswa/i	41,6	41,6%
	Ibu Rumah Tangga	28,1	28,1%
	Wiraswasta	15,7	15,7%
	PNS	14,6	14,6%

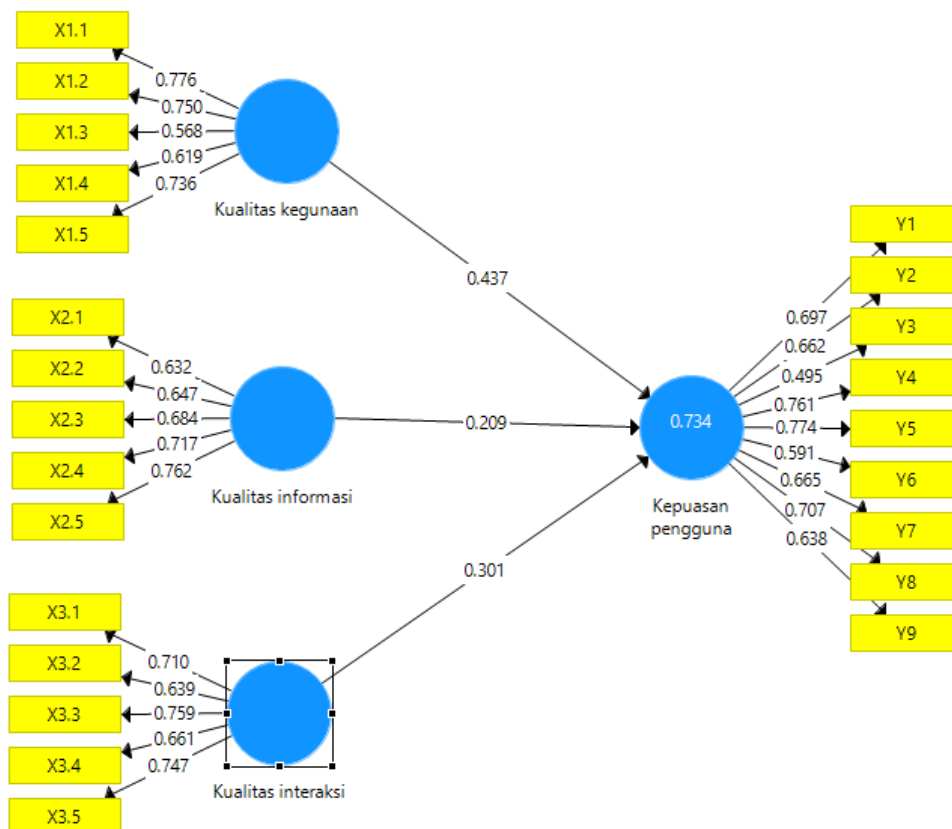
5.2. ANALISIS DATA

5.2.1. Model Pengukuran (Outer Model)

Pada tahap ini dilakukan analisis pengukuran model (*Measurement Model*), dimana analisis pengukuran model terdiri dari *Convergent Validity*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability*.

5.2.1.1. Uji Convergent Validity

Covergent Validity digunakan untuk mengetahui indikator mana saja yang termuat (load) ke konstruk yang mewakilinya. Suatu indikator dikatakan ideal (valid mengukur konstruk yang dibentuknya) apabila nilai loading factor $\geq 0,7$. Dalam pengalaman empiris penelitian, nilai loading factor $\geq 0,5$ masih dapat diterima. Bahkan sebagian ahli mentolelir angka 0,4. Jika nilai loading factor kurang dari 0,4 maka indikator dapat dihapus karena indikator ini tidak termuat (load) ke konstruk yang mewakilinya. Berikut adalah hasil nilai loading factor dari output SmartPLS [38] .



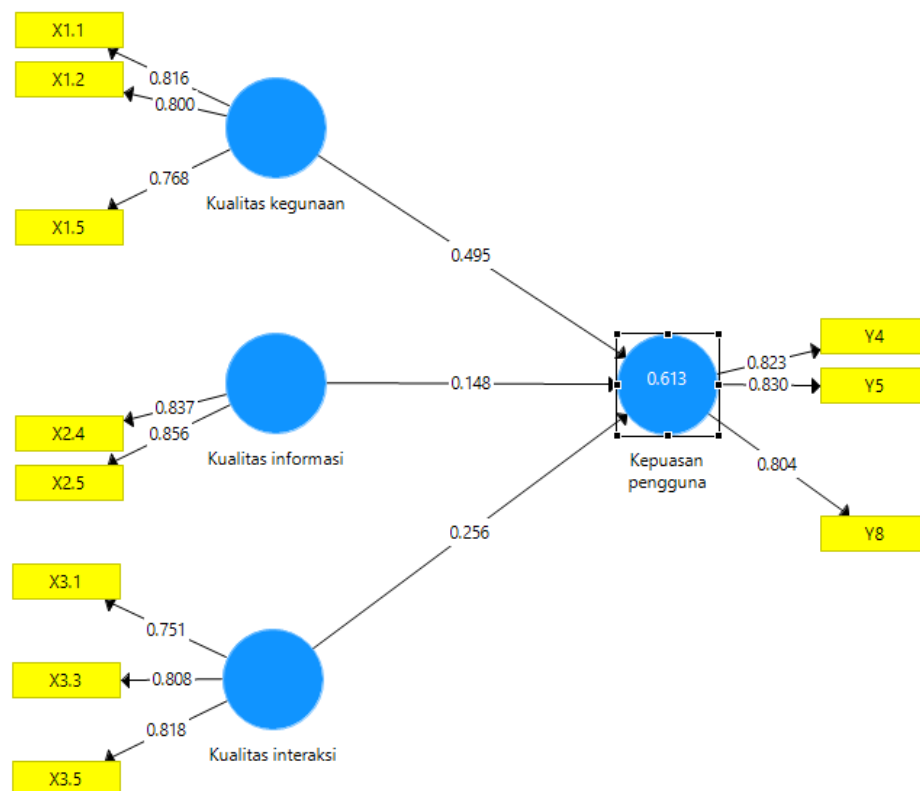
Gambar 5.1 Model SmartPLS (Sebelum Dieliminasi)

Tabel 5.2 Nilai *Outer Loading* (Sebelum Dieliminasi)

Variabel	Kualitas Kegunaan	Kualitas Informasi	Kualitas Interaksi	Kepuasan Pengguna
X1.1	0.776			
X1.2	0.750			
X1.3	0.568			
X1.4	0.619			
X1.5	0.736			
X2.1		0.632		
X2.2		0.647		
X2.3		0.684		
X2.4		0.717		
X2.5		0.762		
X3.1			0.710	
X3.2			0.639	
X3.3			0.759	

Variabel	Kualitas Kegunaan	Kualitas Informasi	Kualitas Interaksi	Kepuasan Pengguna
X3.4			0.661	
X3.5			0.747	
Y1				0.697
Y2				0.662
Y3				0.495
Y4				0.761
Y5				0.774
Y6				0.591
Y7				0.665
Y8				0.707
Y9				0.638

Pada tabel 5.2 menunjukkan bahwa masih terdapat indikator variabel $< 0,7$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator variabel harus dieliminasi terlebih dahulu karena belum memenuhi kriteria validitas konvergen.



Gambar 5.2 Model SmartPLS (Sesudah Dieliminasi)

Tabel 5.3 Nilai *Outer Loading* (Sesudah Dieliminasi)

Variabel	Kualitas Kegunaan	Kualitas Informasi	Kualitas Interaksi	Kepuasan Pengguna
X1.1	0.816			
X1.2	0.800			
X1.5	0.768			
X2.4		0.837		
X2.5		0.856		
X3.1			0.751	
X3.3			0.808	
X3.5			0.818	
Y4				0.823
Y5				0.830
Y8				0.804

Pada tabel 5.3 menunjukkan bahwa semua *Outer Loading* sudah memiliki nilai $> 0,7$, sehingga indikator untuk semua variabel sudah tidak ada lagi yang harus dieliminasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

5.2.1.2 Validitas Nilai AVE dan nilai Diskriminan

Dibawah ini menjelaskan tentang hasil nilai AVE. Sebuah indikator dianggap valid jika memiliki nilai korelasi diatas 0,7, namun untuk nilai korelasi 0,5 sampai 0,6 masih dapat diterima untuk menunjukkan ukuran *convergent validity* dari hasil *output* SmartPLS [39] .

Tabel 5.4 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variable	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0.671
X2	0.716
X3	0.629
Y1	0.632

Berdasarkan tabel 5.4 menunjukkan bahwa nilai AVE untuk setiap variabel sudah memenuhi syarat yaitu $\geq 0,5$. Nilai AVE pada setiap variabel yaitu Kualitas Kegunaan (*Usability*) (0,671), Kualitas Informasi (*Information Quality*) (0,716), Kualitas Interaksi (*Intercation Quality*) (0,629) dan Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) (0,632).

Selanjutnya melakukan uji *discriminant validity*, indikator atau model memiliki *discriminant validity* apabila nilai korelasi dengan variabelnya lebih besar daripada nilai loading factor ke variable lainnya [40] . Hasil nilai *dicriminant validity* dapat dilihat pada tabel 5.5.

Tabel 5.5 Nilai Descriminant Validity (Cross Loading)

	Kualitas Kegunaan	Kualitas Informasi	Kualitas Interaksi	Kepuasan pengguna
X1.1	0.816	0.427	0.553	0.624
X1.2	0.800	0.584	0.449	0.580
X1.5	0.768	0.491	0.381	0.550
X2.4	0.468	0.837	0.526	0.491
X2.5	0.590	0.856	0.404	0.520
X3.1	0.396	0.374	0.751	0.470
X3.3	0.452	0.471	0.808	0.492
X3.5	0.534	0.454	0.818	0.524
Y4	0.567	0.508	0.536	0.823
Y5	0.642	0.540	0.525	0.830
Y8	0.599	0.416	0.476	0.804

Discriminant Validity digunakan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing konstruk atau variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Selain itu *discriminant validity* dapat dilihat dari nilai-nilai cross loading indikator suatu konstruk lebih besar dari nilai cross loading indikator konstruk tersebut terhadap konstruk lain. Pada tabel 5.5 dapat dilihat nilai cross loading dari indikator

suatu konstruk lebih besar dari nilai cross loading indikator konstruk tersebut terhadap konstruk lain maka validitas diskriminan setiap indikator terhadap variabelnya telah terpenuhi.

5.2.1.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai dari *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* dari indikator-indikator yang mengukur masing-masing variabel. *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *Composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Nilai *Composite Reliability* dikatakan reliabel jika nilainya $\geq 0,7$. Sedangkan *Cronbach's Alpha* harus $\geq 0,7$ berikut nilai dari *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* [40] .

Tabel 5.6 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.

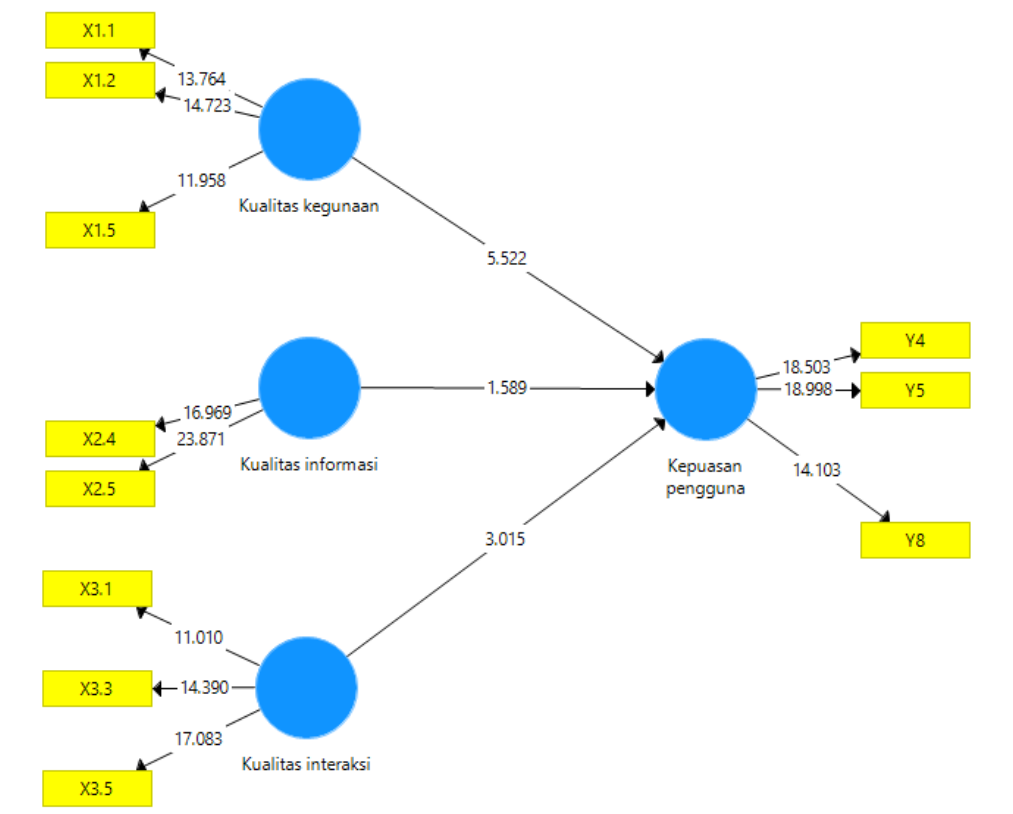
Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kualitas Kegunaan	0.709	0.837
Kualitas Informasi	0.604	0.835
Kualitas Interaksi	0.704	0.835
Kepuasan pengguna	0.755	0.860

Berdasarkan tabel 5.6 menunjukkan bahwa nilai *Composite Reliability* untuk semua variabel $\geq 0,8$ hal ini menggambarkan semua variabel telah memenuhi syarat. Setelah itu dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* pada tabel 5.6 dari blok indikator yang mengukur konstruk, konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,7$. Dengan demikian, dapat disimpulkan dari tabel 5.6 bahwa

konstruk *Control* memiliki reliabilitas yang belum sesuai batas nilai minimum yang disyaratkan. Sedangkan yang lainnya dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,7.

5.2.1.4. Bootstrapping

Langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu pengolahan menggunakan *Bootstrapping*. *Bootstrapping* digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis. Berikut adalah gambaran mengenai model struktural setelah dilakukan *Bootstrapping*.



Gambar 5.3 Model Struktural Bootstrapping

Berdasarkan hasil perhitungan Bootstrapping diatas, dilakukan untuk melihat signifikansi hubungan antar konstruk yang ditunjukkan oleh nilai *T-Statistics*. *T-Statistics* dikatakan valid apabila antar variabel memiliki nilai *T-Statistics* $\geq 1,96$. Indikator juga dapat dikatakan valid jika memiliki *P Value* $\leq 0,05$. Berikut nilai *T-Statistics*.

Tabel 5.7 Uji Hipotesis (*Path Coefficients*)

Hipotesis	Hubungan	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil
H1	X1 -> Y1	0.495	5.536	0.000	Diterima
H2	X2 -> Y1	0.148	1.651	0.099	Ditolak
H3	X3 -> Y1	0.256	2.940	0.003	Diterima

Berdasarkan Tabel 5.7 diatas didapatkan 3 (tiga) Hasil pengujian. Pengujian tersebut sebagai berikut :

1. Pengujian H1 pada model struktural menyatakan bahwa Kualitas Kegunaan (*Usability*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*). Berdasarkan nilai original sampel 0,495 (positif), nilai *T-Statistics* konstruk adalah sebesar 5,536 ($>1,96$) dan nilai *p value* yaitu 0.000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa Kualitas Kegunaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 1 didukung.
2. Pengujian H2 pada model struktural menyatakan bahwa Kualitas Informasi (*Information Quality*) tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*). Berdasarkan nilai *original sample* 0,148 (positif), nilai *T-Statistics* konstruk adalah sebesar 1,651 ($< 1,96$) dan nilai *p value* yaitu 0,099 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa Kualitas Informasi tidak berpengaruh signifikan

terhadap Kepuasan Pengguna, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 2 tidak didukung.

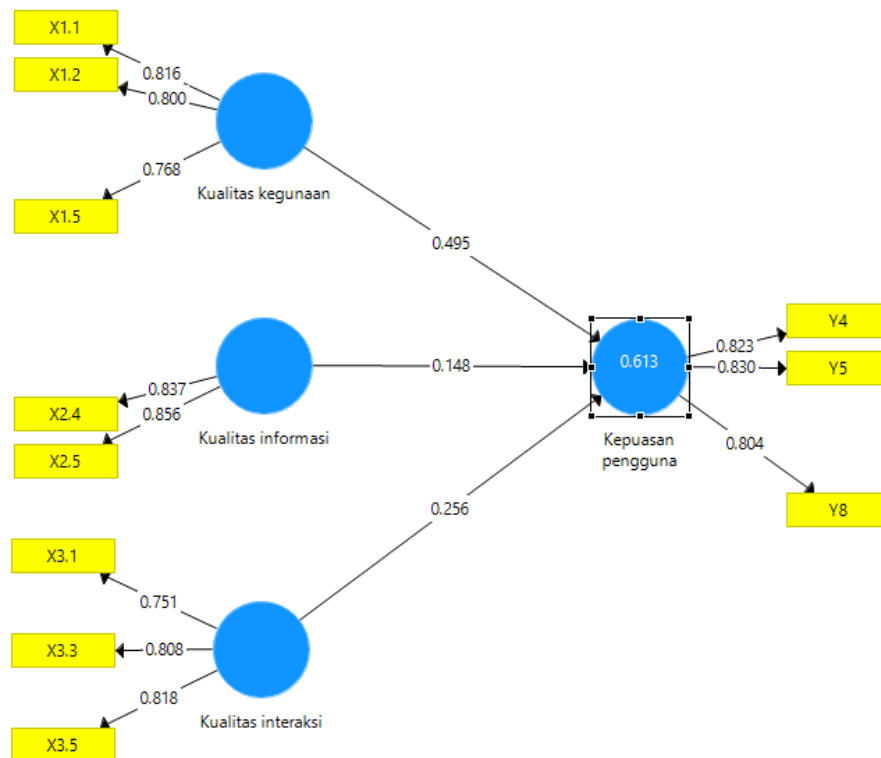
3. Pengujian H3 pada model struktural menyatakan bahwa Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*). Berdasarkan nilai original sample 0,256 (positif), nilai *T-Statistics* konstruk adalah sebesar 2,940 ($> 1,96$) dan nilai *p-values* yaitu 0,003 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa Kualitas Interaksi berpengaruh signifikan terhadap hasil Kepuasan Pengguna, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 3 didukung.

5.2.2. Evaluasi Inner Model

Model struktural (*Inner Model*) merupakan model struktural yang digunakan untuk menentukan hubungan antar variabel laten. Struktural model dilakukan evaluasi dengan menggunakan *R-Square* (R^2) untuk mengukur tingkat perubahan dari variabel dependen terhadap variabel independen [41].

5.2.2.1. Uji R2 Square

Uji R^2 Square dilakukan untuk mengukur benar atau tidaknya hubungan dari beberapa variabel. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang dilakukan. Klasifikasi nilai R^2 yaitu 0,67 (Substansial), 0,33 (Moderate/Sedang), 0,19 (Lemah).



Gambar 5.4 Output *R-Square Adjusted*

Tabel 5.8 Nilai R Square dan R Square Adjusted

Variable	R Square	R Square Adjusted
Y1	0,613	0,599

Table 5.8 menunjukkan bahwa nilai R² untuk kepuasan pengguna adalah sebesar 0,613 yang berarti bahwa variable kepuasan pengguna mampu menjelaskan varian kepuasan pengguna sebesar 61,3% dan dapat dikatakan pengaruhnya moderate/średang.

5.2.2.2. Uji F2 Square

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah pengaruh variabel laten eksogen (independen) terhadap variabel laten endogen (dependen) memiliki pengaruh yang substantif. Effect size disarankan adalah 0,02 (memiliki pengaruh kecil), 0,15 (memiliki pengaruh sedang), dan 0,35 (memiliki pengaruh besar) pada level struktural. Berikut adalah nilai Uji *f-square*.

Tabel 5.9 Nilai Uji F-Square

Variable	X1	X2	X3	Y1
X1				0,331
X2				0,031
X3				0,102
Y1				

Berdasarkan tabel 5.9 dapat dilihat bahwa:

1. Pengaruh dari variabel Kualitas Kegunaan (*Usability*) atas Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) memiliki nilai F2 0,331 (memiliki pengaruh besar)
2. Pengaruh dari variabel Kualitas Informasi (*Information Quality*) atas Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) memiliki nilai F2 0,031 (memiliki pengaruh kecil).
3. Pengaruh dari variabel Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) atas Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) memiliki nilai F2 0,102 (memiliki pengaruh kecil).

5.3. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas pada bab sebelumnya, penulis memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas *website* Pasar Angso Duo *Online*, pada aspek-aspek yang telah diteliti yaitu pada aspek *Usability* sangat di rekomendasikan untuk mengupdate tampilan *website* yang sekarang karena tampilan *website* yang sebelumnya mudah dipahami dan ditelusuri dalam mencari informasi produk karena adanya fitur-fitur yang mempermudah dibandingkan tampilan *website* yang sekarang. Pada aspek *Information Quality* kami merekomendasikan agar terus mengupdate dan meningkatkan informasi yang ada seperti barang masih *ready* atau *sold out*. Pada aspek *Interaction Quality* merekomendasikan agar data pelanggan tetap terjaga keamanannya dan jangan sampai bocor atau di salah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab dan merekomendasikan penambahan dompet digital seperti dana, Shopepay atau gopay bagi yang ingin melakukan transaksi via *online*. Pada aspek *User Satisfaction* merekomendasikan supaya menambah informasi terkait manfaat dari sayur-sayuran, buah-buahan, atau informasi yang bermanfaat lainnya, dan merekomendasikan sayur dan buah apa saja yang cocok untuk pelanggan yang mengidap penyakit agar pelanggan bukan hanya membeli produk tapi juga mengetahui manfaat produk yang dibeli.