

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 GAMBARAN UMUM BERRYBENKA

5.1.1 Sejarah Berrybenka

Berrybenka didirikan pada tahun 2011 oleh dua pengusaha Indonesia, Jason Lamuda dan Indra Wijaya. Awal mula perusahaan ini terinspirasi oleh visi untuk menghadirkan pengalaman belanja *fashion online* yang inovatif dan berbeda di Indonesia. Saat itu, industri *fashion fashion* di Indonesia belum sepenuhnya berkembang, dan Berrybenka melihat peluang untuk memberikan kontribusi positif serta memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin berubah.

Pada saat pendiriannya, Berrybenka memulai perjalanan bisnisnya dengan menawarkan koleksi *fashion* yang unik dan bervariasi. Strategi pemasaran yang cerdas dan pemilihan produk yang cermat membantu mereka mendapatkan perhatian konsumen di pasar yang kompetitif. Melalui upaya keras dan fokus pada kualitas layanan, Berrybenka mampu membangun reputasi sebagai destinasi belanja online terpercaya di Indonesia.

Seiring berjalannya waktu, Berrybenka terus tumbuh dan berkembang. Perusahaan ini tidak hanya menambahkan berbagai kategori produk *fashion*, tetapi juga memperluas jangkauan dengan menawarkan produk dari merek lokal dan internasional. Keberhasilan Berrybenka tidak hanya tercermin dari peningkatan penjualan tetapi juga dari loyalitas konsumen yang semakin meningkat.

5.1.2 Website Berrybenka

Situs web Berrybenka menjadi landasan utama bagi para pecinta *fashion* yang mencari pengalaman belanja online yang beragam dan terpercaya. Diluncurkan sebagai portal *fashion fashion*, *website* ini menyajikan platform yang ramah pengguna dengan tata letak yang intuitif, memudahkan pengguna untuk menjelajahi koleksi pakaian, sepatu, aksesoris, dan produk kecantikan dengan mudah. Dengan desain yang estetis dan navigasi yang sederhana, situs web Berrybenka memberikan pengalaman belanja yang nyaman bagi pengguna dari berbagai lapisan masyarakat.

Salah satu fitur unggulan dari situs web ini adalah penyajian koleksi yang terus diperbarui sesuai dengan tren mode terkini. Pengguna dapat dengan mudah menemukan produk favorit mereka, mengakses deskripsi detail, dan melihat gambar berkualitas tinggi sebelum membuat keputusan pembelian. Selain itu, *website* Berrybenka menyediakan ulasan produk dari pelanggan, memberikan pandangan tambahan yang berharga bagi calon pembeli.

Proses pembelian di situs web Berrybenka juga dirancang agar mudah dan aman. Pengguna dapat memilih berbagai opsi pembayaran dan menikmati pengiriman yang cepat dan dapat diandalkan. Dengan dukungan tim layanan pelanggan yang responsif, situs web Berrybenka menjadi destinasi terkemuka bagi mereka yang mencari solusi belanja *fashion* online yang komprehensif dan dapat diandalkan di Indonesia. Terus berinovasi dan memperbarui diri, situs web Berrybenka tidak hanya sekadar sebuah platform *fashion*, tetapi juga menjadi cerminan dari evolusi dinamis dunia *fashion* di Indonesia.

5.2 DATA KUESIONER

5.2.1 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna *website* www.berrybenka.com, dengan jumlah sampel sebanyak 385 responden. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara *online* melalui *Google form*.

5.2.2 Jenis Kelamin

Berdasarkan perhitungan yang diambil dari *google form*, kebanyakan data responden yang telah dikumpulkan berasal dari jenis kelamin perempuan, sebanyak 65,5% atau sejumlah 252 perempuan dan untuk jenis kelamin laki-laki berjumlah 34,5% atau sejumlah 133 laki-laki sehingga total keseluruhan data yang terkumpul berjumlah 385 responden.

Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	133	34,5%
Perempuan	252	65,5%
Jumlah	385	100%

Pada tabel di atas perempuan lebih banyak daripada laki-laki dalam menggunakan *website* Berrybenka.

5.2.3 Umur

Berdasarkan perhitungan yang diambil dari *google form*, data responden yang telah dikumpulkan menunjukkan bahwa usia responden di bawah 20 tahun sebanyak 18,4% atau sejumlah 71 responden dan usia 21 sampai 30 tahun sebanyak

79,5% atau sejumlah 306 responden serta responden usia 31 sampai 40 tahun sebanyak 2,1% atau sejumlah 8 responden.

Tabel 5.2 Responden berdasarkan umur

Umur	Jumlah	Persentase
< 20 Tahun	71	18,4%
21 – 30 Tahun	306	79,5%
31 – 40 Tahun	8	2,1%
Jumlah	385	100%

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa umur 21-30 lebih mendominasi dalam mengunjungi *website Berrybenka.com*

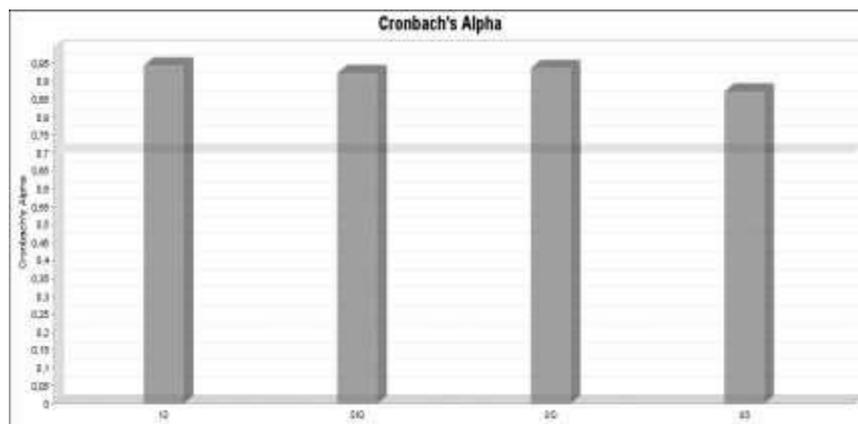
5.3 MODEL PENGUKURAN (*OUTER MODEL*)

Model pengukuran atau *outer model* digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen, model ini ditujukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memenuhi standar lulus uji validitas dan uji reliabilitas sebagai instrumen penelitian terbukti reliabel dan valid. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuesioner atau instrumen penelitian.

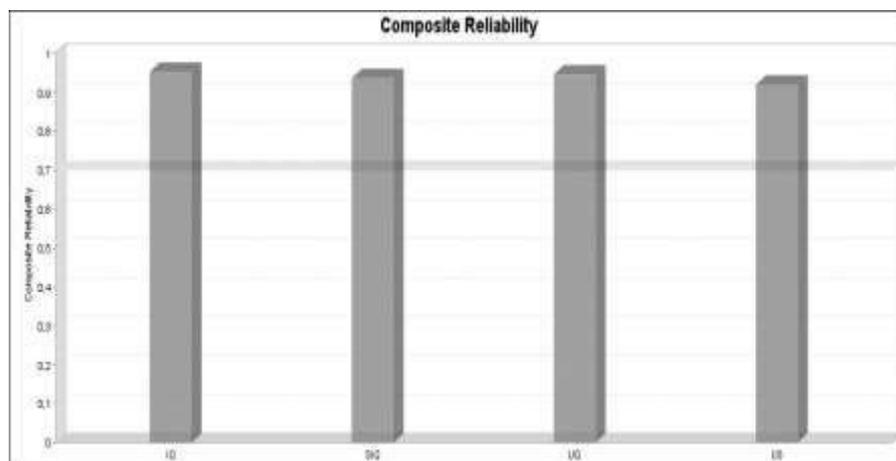
5.3.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengukur akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur variabel. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*.

Cronbach's alpha mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *Composite Reliability* mengukur nilai sesungguhnya suatu konstruk. Pada penelitian ini nilai acuan yang digunakan untuk mengukur konsistensi variabel laten di atas 0.6-0.7, Mengukur konsistensi variabel dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha*, jika nilai *cronbach's alpha* diatas 0.6- 0.7 maka variabel laten sudah konsisten. Selain itu uji reliabilitas juga dapat dilihat dari *nilai Composite Reliability* dengan nilai acuan yaitu di atas 0.6-0.7, jika nilai *Composite reliability* diatas 0.6-0.7 maka variabel laten sudah akurat, konsisten dan tepat[35].



Gambar 5.1 Cronbach's Alpha



Gambar 5.2 Composite Reliability

Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Usability Quality</i>	0.929	0.941	Reliabel
<i>Information Quality</i>	0.934	0.946	Reliabel
<i>Service Interactio Quality</i>	0.915	0.932	Reliabel

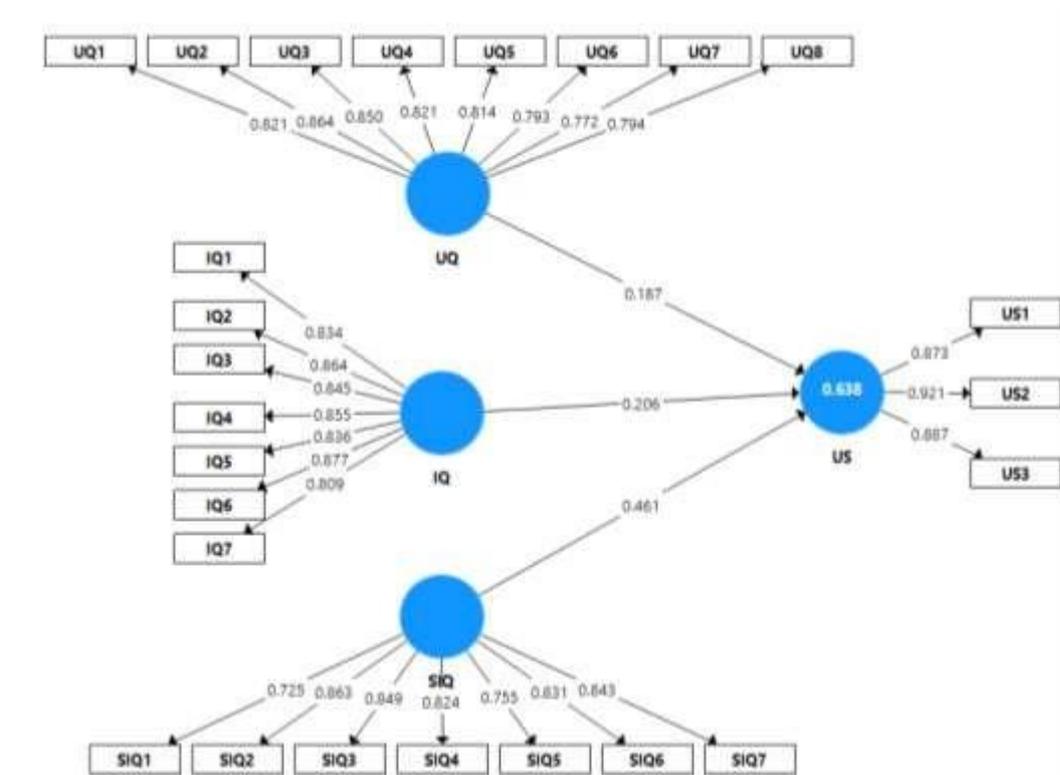
Dapat kita lihat dari tabel 5.3 bahwa semua nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* berada di atas 0.6-0.7, hal ini menunjukkan bahwa semua variabel telah memenuhi kriteria dan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

5.3.2 Uji Validitas

Selain uji Reliabilitas, Smart-PLS juga melakukan Uji validitas yaitu pengujian yang dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi validitas suatu alat pengukur, maka alat pengukur tersebut semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya dapat diukur maka nilai dapat dinyatakan baik. Instrumen yang digunakan untuk penelitian harus berupa instrumen yang valid. *Instrument* yang valid berarti dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner yang memenuhi validitas konstruk. Validitas konstruk terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Berikut penjelasan lebih rinci dari masing-masing validitas :

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrument yang berbeda mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi. Uji validitas konvergen dalam *SMART-PLS* dengan indikator refleksi dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor item / skor komponen dengan skor konstruk) indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. Semakin tinggi nilai *loading factor*, semakin penting peranan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dalam menginterpretasikan matrik factor yang telah ditentukan menjadi Reliable atau bisa disebut juga lulus tahap penilaian konvergen. *Rule of Thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah *outer loading* $> 0,7$ dan *average variance extracted (AVE)* $> 0,5$. Jika $< 0,5$ indikator boleh dihapus karena tidak termuat kekonstruk yang mewakilinya. Jika berada di antara 0,5 sampai 0,7 indikator masih dapat digunakan selama $AVE > 0,5$, semakin tinggi koefisien validitas maka akan semakin besar korelasi dalam menginterpretasikan matrik faktor[35].



Gambar 5.3 Perhitungan model Smartpls

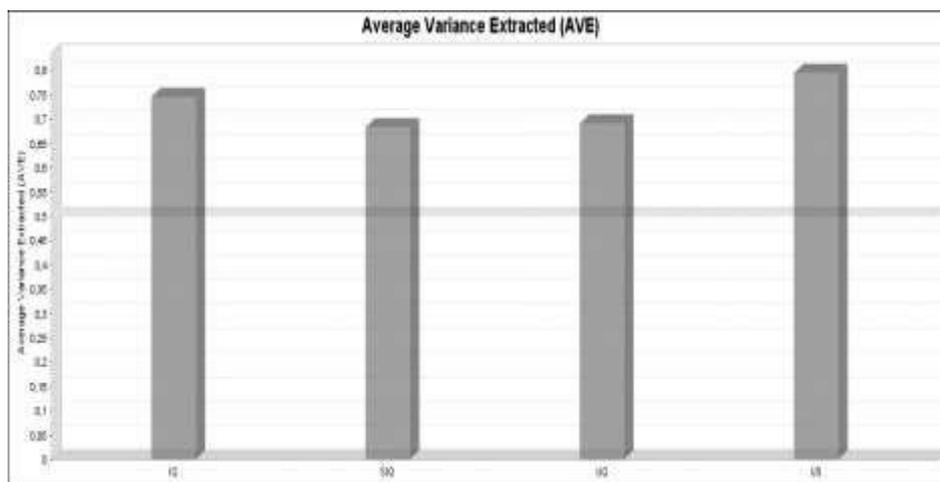
Dari gambar dia atas dapat dilihat nilai yang diperoleh cukup baik dan memenuhi kriteria pada *rule of thumb*, di mana nilai harus memenuhi sarat di atas nilai rata-rata yaitu 0.5-0.7 jika nilai di bawah 0.5 maka nilai harus di eliminasi terlebih dahulu baru dapat melanjutkan pada tahap perhitungan selanjutnya agar tidak terjadi eror saat perhitungan.

Tabel 5.4 Hasil *Outer Loadings*

	<i>Usability Quality</i>	<i>Information Quality</i>	<i>Service Interaction Quality</i>	<i>User Satisfaction</i>
UQ1	0.821			
UQ2	0.864			
UQ3	0.850			
UQ4	0.821			
UQ5	0.814			
UQ6	0.793			

	<i>Usability Quality</i>	<i>Information Quality</i>	<i>Service Interaction Quality</i>	<i>User Satisfaction</i>
UQ7	0.772			
UQ8	0.794			
IQ1		0.834		
IQ2		0.864		
IQ3		0.845		
IQ4		0.855		
IQ5		0.836		
IQ6		0.877		
IQ7		0.809		
SIQ1			0.725	
SIQ2			0.863	
SIQ3			0.849	
SIQ4			0.824	
SIQ5			0.755	
SIQ6			0.831	
SIQ7			0.843	
US1				0.873
US2				0.921
US3				0.887

Pada tabel 5.4 menunjukkan bahwa semua Outer Loading sudah memiliki nilai $> 0,5$, sehingga indikator untuk semua variable sudah tidak ada lagi yang harus dieliminasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen.



Gambar 5.4 *Average variance extracted (AVE)*

Dari gambar 5.4 di atas, dapat kita lihat bahwa semua indikator *AVE* bernilai > 0.5 sehingga semua indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan tidak ada yang perlu dieliminasi.

2. Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Validitas ini dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstraknya. nilai dari *cross loading* dianggap valid jika > 0,7 [35].

Metode lain yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lain dalam model. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari pada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

Tabel 5.5 Hasil Fornell-larcker criterion

Kode	IQ	SIQ	UQ	US
IQ	0.846			
SIQ	0.790	0.814		
UQ	0.800	0.785	0.817	
US	0.720	0.771	0.714	0.894

Dari tabel 5.5 di atas, dapat dilihat bahwa setiap angka yang ditebalkan adalah nilai kriteria *Fornell Larcker* dari setiap konstruk. Masing-masing konstruk memiliki nilai tertinggi pada setiap variabel laten yang diuji dari variabel laten lainnya. Dan hasil uji *fornell larcker* pada tabel di atas menunjukkan angka >0.7 artinya setiap indikator pertanyaan mampu diprediksi dengan baik oleh masing-masing variabel laten dan angka yang tidak ditebalkan adalah nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Tabel 5.6 Cross Loadings

	<i>UQ</i>	<i>IQ</i>	<i>SIQ</i>	<i>US</i>
UQ1	0.821	0.612	0.649	0.581
UQ2	0.864	0.670	0.671	0.654
UQ3	0.850	0.706	0.699	0.622
UQ4	0.821	0.697	0.729	0.613
UQ5	0.814	0.749	0.720	0.642
UQ6	0.793	0.682	0.692	0.674
UQ7	0.772	0.665	0.627	0.561
UQ8	0.794	0.683	0.682	0.540
IQ1	0.690	0.834	0.650	0.600
IQ2	0.630	0.864	0.709	0.681
IQ3	0.659	0.845	0.682	0.657
IQ4	0.761	0.855	0.725	0.673
IQ5	0.719	0.836	0.676	0.629
IQ6	0.755	0.877	0.727	0.697
IQ7	0.710	0.809	0.758	0.681
SIQ1	0.655	0.721	0.725	0.607

	<i>UQ</i>	<i>IQ</i>	<i>SIQ</i>	<i>US</i>
SIQ2	0.681	0.746	0.863	0.674
SIQ3	0.692	0.639	0.849	0.681
SIQ4	0.654	0.627	0.824	0.559
SIQ5	0.618	0.580	0.755	0.559
SIQ6	0.682	0.658	0.831	0.617
SIQ7	0.782	0.791	0.843	0.712
US1	0.624	0.660	0.638	0.873
US2	0.711	0.687	0.710	0.921
US3	0.642	0.722	0.697	0.887

Dari tabel 5.6 di atas, dapat dilihat bahwa setiap angka yang ditebalkan adalah nilai kriteria *Cross Loading* dari setiap konstruk. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel laten memenuhi kriteria validitas diskriminan.

5.3 MODEL STRUKTURAL

Model struktural adalah model yang digunakan untuk memprediksi hubungan antar konstruk dan variabel laten. Model ini menggunakan metode *R Square* untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai *R Square* maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

5.3.1 Nilai *R Square* (R^2)

Nilai *R Square* adalah ukuran proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi, yang dapat dijelaskan oleh variabel yang memengaruhinya, nilai *R Square* dikelompokkan dalam 3 kategori yaitu substansial (0,67), moderat (0,33), dan lemah (0,19) [35]

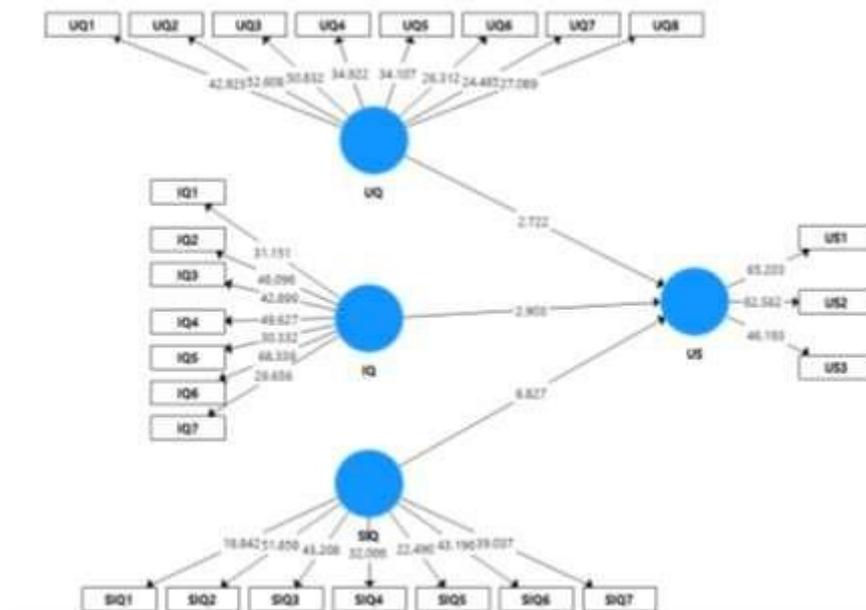
Tabel 5.7 *R Square*

Variabel	<i>R Square</i>
Kepuasan Pengguna (US)	0.638

Berdasarkan hasil analisis data dari tabel 5.7 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai *R Square* adalah 0.638 Nilai ini terkategori substansial maksudnya adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan satu variabel dengan variabel lain.

5.3.2 Uji Hipotesis

Setelah melakukan pengujian validitas dan reliabilitas, selanjutnya kita akan melakukan pengujian hipotesis. Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial berpengaruh nyata terhadap variabel dependen.



Gambar 5.6 Output Bootstrapping

Pengujiannya akan dilakukan dengan metode *bootstrapping* untuk melihat nilai *T statistic* dan *Path coefficient*. Nilai *T-statistic* harus di atas 1.96 untuk

hipotesis dua ekor atau di atas 1.64 untuk hipotesis satu ekor. Jika nilai *t-statistic* lebih kecil dari 1.96 atau 1.64, maka hipotesis ditolak. Sebuah hipotesis juga akan signifikan apabila nilai probabilitasnya (*P Value* < 0.05) [35].

Tabel 5.8 Path Coefficient

Variabel	Hubungan	<i>Original Sampel</i>	<i>T Statistic</i>	<i>P Values</i>	Keterangan
H1	UQ-> US	0.187	2.791	0.005	Diterima
H2	IQ -> US	0.206	3.023	0.003	Diterima
H3	SIQ -> US	0.461	6.232	0.000	Diterima

Berdasarkan tabel 5.8 diperoleh keterangan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

H1 : Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis ketiga menunjukkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai *T-statistic* 2.791 (>1,96), dan nilai *p-values* sebesar 0,005. Sehingga H1 pada penelitian ini diterima dan berpengaruh signifikan.

H2: Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis pertama menunjukkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai *T-statistic* sebesar 3,023 (>1,96), dan nilai *p-values* sebesar 0,003. Sehingga H2 pada penelitian ini diterima dan berpengaruh signifikan.

H3 : Pengujian Hipotesis Ketiga

Hipotesis kedua menunjukkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai *T-statistic* sebesar 6.232 (>1,96), dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Sehingga H3 pada penelitian ini diterima dan berpengaruh signifikan.

5.4 PEMBAHASAN

Hipotesis pertama menunjukkan bahwa kualitas kegunaan (UQ) yang diterima oleh pengguna *website* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (US). Hal ini terbukti pada tabel 5.8 yang menunjukkan nilai *T-statistic* kualitas informasi sebesar 4,059 dan nilai *P values* sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis 1 dalam penelitian ini **diterima**

Hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas informasi (IQ) yang diterima oleh pengguna *website* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (US). Hal ini terbukti pada tabel 5.8 yang menunjukkan nilai *T-statistic* kualitas informasi sebesar 3,942 dan nilai *p values* sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis 2 dalam penelitian ini **diterima**. Dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi dalam *website* berrybenka berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas interaksi layanan (SIQ) yang diterima oleh pengguna berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (US). Hal ini terbukti pada tabel 5.8 yang menunjukkan nilai *T-statistic* kualitas interaksi layanan sebesar 6.232 dan nilai *p values* sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis 3 dalam penelitian ini **diterima**.

5.5 REKOMENDASI

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai variabel Service Interaction Quality lebih besar dibandingkan variable Usability quality dan variabel Information Quality, dengan begitu Service Interaction Quality memiliki pengaruh yang lebih besar, yang dapat dilihat dari nilai t hitung variabel Service Interaction Quality sebesar 5.449 dibandingkan nilai t hitung variable Information Quality

sebesar 3.942 dan variabel Usability Quality sebesar 4.059. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan terhadap variabel Service Interaction quality yang memiliki nilai signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Website Berrybenka*, indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu : 1) Reputasi yang baik, 2) keamanan dalam bertransaksi, 3) Keamanan informasi pribadi, 4) menciptakan rasa personal atau terjaminnya privasi, 5) Layanan yang diberikan *Website*, 6) Kebermanfaatan informasi didalam *Website*, 7) Kemudahan mengakses *Website*. Peneliti menyarankan kepada pihak pengelola *website Berrybenka* untuk meningkatkan kualitas Usability terlebih dahulu agar pengguna dapat dengan mudah menggunakan *website*. Salah satu cara untuk meningkatkan usability yaitu memperbaiki tampilan *website* agar menu-menu yang ada didalam *website* dapat lebih mudah untuk ditemukan, selain itu juga meningkatkan Information Quality agar konten yang mudah dipahami, serta meningkatkan UI (User Interface) untuk tampilan *website* dan UE (User Experience) sehingga pengguna dapat dengan mudah mempelajari *website* dan dapat memberikan kesan positif bagi pengguna *Website Berrybenka*.