

## BAB V

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 PROFIL RESPONDEN

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna yang menggunakan Website PT. Indah Jaya Motor dengan jumlah responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 385 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form* dengan jumlah pertanyaan sebanyak 18 yang diajukan dalam kuesioner ini. Berikut ini adalah pengelompokan dari data responden yang telah mengisi kuesioner penelitian ini.

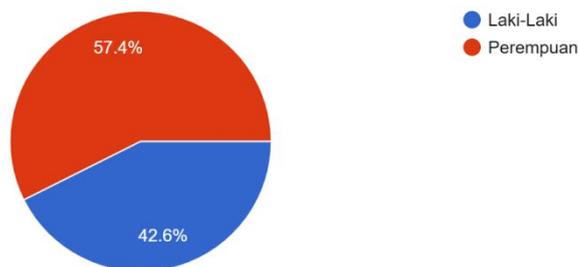
##### 5.1.1 Jenis Kelamin

Berikut pengelompokan data responden sesuai dengan jenis kelamin, dapat dilihat pada tabel 5.1 dan gambar 5.2.

**Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	164	42,6%
Perempuan	221	57,4%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Jenis Kelamin  
385 responses



**Gambar 5. 2 Jenis Kelamin Responden**

Berdasarkan tabel 5.1 dan gambar 5.1 diketahui bahwa jumlah responden Laki-Laki 164 orang 42,6%, Perempuan 221 orang 57,4%.

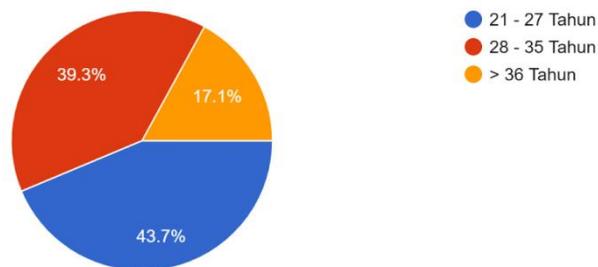
### 5.1.2 Usia

Berikut pengelompokkan data responden sesuai dengan usia, dapat dilihat pada tabel 5.2 dan gambar 5.2.

**Tabel 5. 1 Usia Responden**

Usia	Frekuensi	Persentase
21 – 27 Tahun	169	43,7%
28 – 35 Tahun	152	39,3%
> 36 Tahun	66	17,1%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Usia  
387 responses



**Gambar 5. 1 Usia & Jenis Kelamin Responden**

Berdasarkan tabel 5.2 dan gambar 5.2 diketahui bahwa jumlah responden dengan usia 21 – 27 Tahun 169 responden 43,7%, 28 – 35 Tahun 152 responden 39,3%, > 36 Tahun 66 responden 17,1%.

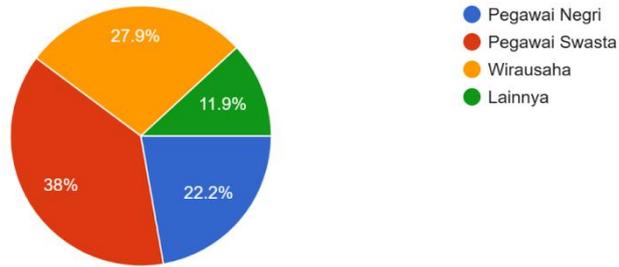
### 5.1.3 Pekerjaan

Berikut pengelompokkan data responden sesuai dengan pekerjaan, dapat dilihat pada tabel 5.3 dan gambar 5.3.

**Tabel 5. 2 Pekerjaan Responden**

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai negeri	86	22,2%
Pegawai swasta	147	38%
Wirausaha	108	27,9%
Lainnya	46	11,9%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Pekerjaan  
387 responses



**Gambar 5. 2 Pekerjaan Responden**

Berdasarkan tabel 5.3 dan gambar 5.3 diketahui bahwa jumlah responden dengan kategori Pegawai negeri 86 responden 22,2%, Pegawai swasta 147 responden 38%, Wirausaha 108 responden 27,9%, Lainnya 46 responden 11,9%.

#### 5.1.4 Penggunaan website

Berikut pengelompokkan data responden sesuai dengan peg, dapat dilihat pada tabel 5.4 dan gambar 5.4.

**Tabel 5. 3 Penggunaan Responden**

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Ya	387	100%
<b>Total</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

Apakah anda pernah mengunjungi website PT.Indah Jaya Motor (Suzuki).  
387 responses



**Gambar 5. 3 Penggunaan website**

Berdasarkan tabel 5.4 dan gambar 5.4 diketahui bahwa jumlah responden dengan kategori penggunaan yaitu menjawab YA 387 responden 100%.

## 5.2 UJI INSTRUMEN

Instrumen pengukur seluruh variabel pada penelitian ini menggunakan kuesioner, disampaikan pada responden untuk dapat memberikan pernyataan sesuai dengan apa yang dirasakan dan dialaminya. Berikut ini hasil dari pengujian *SEM* dan pengujian validitas dan reliabilitas pada kuesioner penelitian.

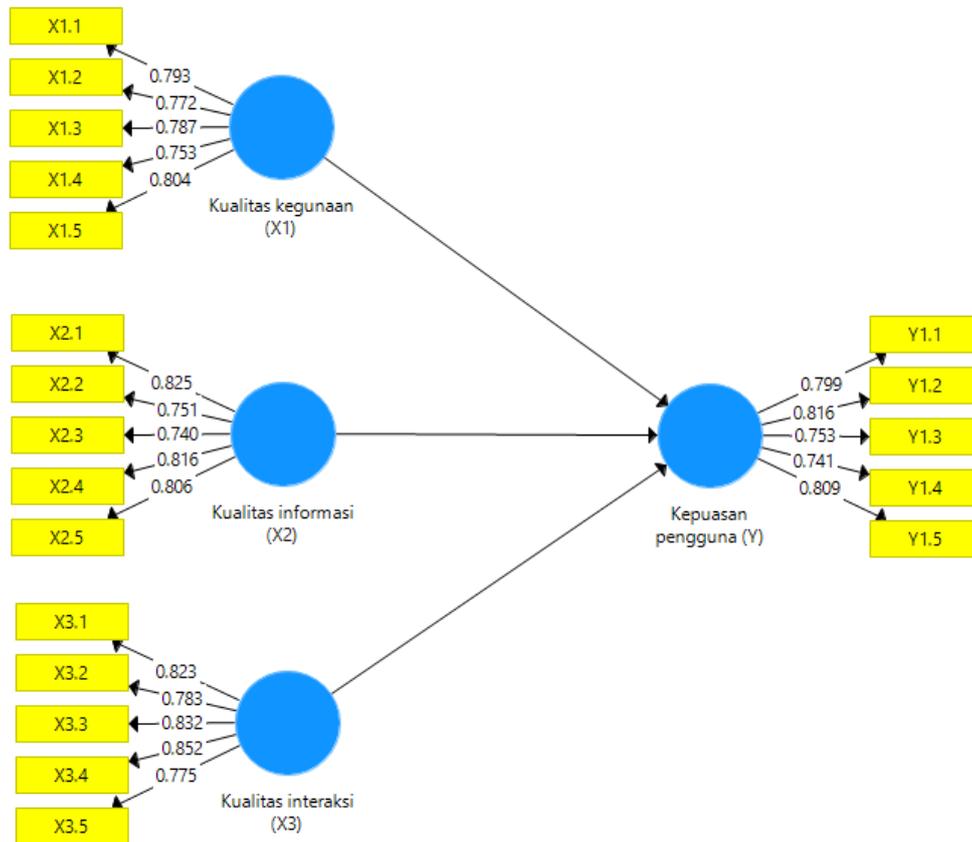
### 5.2.1 Evaluasi *Outer Model* (Model Pengukuran)

Fokus dari evaluasi model pengukuran adalah mengevaluasi validitas dan reliabilitas dari pengukuran konstruk atau indikator. Pada model pengukuran di penelitian ini, evaluasi model pengukuran dilakukan dengan menggunakan *convergent validity* dan *discriminat validity*, nilai *AVE* (*average variance extracted*), dan reliabilitas *Cronbach's Alpha*, *composite reliability* [25].

#### 1. Uji Validitas Konvergen (*Outer Loading*)

Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk) indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. Nilai *loading factor* harus  $> 0,7$  dikatakan ideal dalam uji validitas konvergen.

*Structural equation modelling* pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 5.5.



**Gambar 5. 4 Model *Structural Equation Modelling***

Pada gambar 5.5 sebelumnya dapat disimpulkan bahwa *Structural equation modelling* pada penelitian ini terdiri dari 6 variabel dan terdiri dari 18 pertanyaan.

Pengujian uji validitas konvergen dengan melihat nilai *outer loadings* dapat dilihat pada tabel 5.5.

**Tabel 5. 4 Nilai Uji Validitas Konvergen (*Outer Loadings*)**

	Kepuasan pengguna (Y)	Kualitas informasi (X2)	Kualitas interaksi (X3)	Kualitas kegunaan (X1)
X1.1				0.793
X1.2				0.772
X1.3				0.787
X1.4				0.753
X1.5				0.804
X2.1		0.825		
X2.2		0.751		
X2.3		0.74		
X2.4		0.816		

X2.5		0.806		
X3.1			0.823	
X3.2			0.783	
X3.3			0.832	
X3.4			0.852	
X3.5			0.775	
Y1.1	0.799			
Y1.2	0.816			
Y1.3	0.753			
Y1.4	0.741			
Y1.5	0.809			

Pada tabel 5.5 Seluruh nilai outer loading memiliki angka  $> 0,7$ , sehingga setiap indikator pada masing-masing variabel telah memenuhi kriteria yang ditetapkan dan tidak memerlukan eliminasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua indikator telah memenuhi persyaratan validitas konvergen.

## 2. Uji Validitas Diskriminan (*Cross Loadings*)

Pengujian validitas diskriminan bertujuan untuk mengetahui prinsip pengukuran-pengukuran konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Uji pengukuran validitas diskriminan dinilai dengan melihat *cross loading* pengukuran dengan konstraknya. Setiap indikator akan dikatakan mampu menjelaskan variabelnya di bandingkan variabel lainnya jika nilai *cross loading* antar indikator dengan variabel latennya  $>$  dari nilai *cross loading* antara indikator dengan laten lainnya.

Hasil uji validitas diskriminan dapat dilihat pada tabel 5.6.

**Tabel 5. 5 Nilai Uji Validitas Diskriminan (*Cross Loadings*)**

	Kepuasan pengguna (Y)	Kualitas informasi (X2)	Kualitas interaksi (X3)	Kualitas kegunaan (X1)
X1.1	0.643	0.649	0.69	0.793
X1.2	0.637	0.63	0.583	0.772
X1.3	0.678	0.665	0.699	0.787
X1.4	0.668	0.664	0.581	0.753
X1.5	0.796	0.699	0.707	0.804

X2.1	0.815	0.825	0.674	0.673
X2.2	0.746	0.751	0.695	0.648
X2.3	0.744	0.74	0.568	0.617
X2.4	0.814	0.816	0.719	0.726
X2.5	0.712	0.806	0.69	0.671
X3.1	0.697	0.691	0.823	0.692
X3.2	0.673	0.66	0.783	0.657
X3.3	0.682	0.687	0.832	0.69
X3.4	0.738	0.731	0.852	0.711
X3.5	0.68	0.683	0.775	0.649
Y1.1	0.799	0.694	0.701	0.8
Y1.2	0.816	0.813	0.664	0.667
Y1.3	0.753	0.75	0.693	0.649
Y1.4	0.741	0.741	0.569	0.617
Y1.5	0.809	0.815	0.718	0.724

Pada tabel 5.6 Indikator yang memiliki loading factor lebih tinggi pada variabel yang diukur dibandingkan dengan variabel lainnya menunjukkan bahwa indikator tersebut memang sesuai dan relevan untuk variabel tersebut. Dengan kata lain, indikator tersebut lebih kuat hubungannya dengan variabelnya sendiri dibandingkan dengan variabel lain. Hal ini berarti bahwa uji validitas diskriminan telah terpenuhi. Dalam penelitian, validitas diskriminan menunjukkan sejauh mana konstruk yang berbeda benar-benar saling berbeda dan tidak tumpang tindih. Jika nilai cross-loading untuk indikator pada konstraknya lebih besar dari 0,70, maka model tersebut dapat dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik, sehingga setiap konstruk mampu mengukur aspek yang unik dan tidak bercampur dengan konstruk lainnya.

### 3. Validitas Nilai AVE Dan Nilai Diskriminan

Nilai AVE menggambarkan besarnya varian atau keragaman variabel *manifest* yang dapat dimiliki oleh konstruk laten. Dengan demikian, semakin besar varian atau keragaman variabel *manifest* yang dapat dikandung oleh *kontruk laten*, maka semakin besar representasi variabel *manifes* terhadap konstruk latennya, Penilaian validitas diskriminan

adalah dengan nilai *average variance extracted (AVE)* untuk setiap variabel pada model, nilai *AVE* yang disarankan yaitu  $> 0,5$ . Nilai *ave* dapat dilihat pada tabel 5.7.

**Tabel 5. 6 Nilai AVE**

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kepuasan pengguna (Y)	0.615
Kualitas informasi (X2)	0.622
Kualitas interaksi (X3)	0.662
Kualitas kegunaan (X1)	0.611

Berdasarkan tabel 5.7 semua nilai AVE di atas ambang batas 0.5, menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki validitas konvergen yang baik. Hal ini berarti bahwa indikator-indikator pada setiap konstruk mampu secara efektif merepresentasikan konstruk tersebut.

4. Uji Reliabilitas (*Cronbach's Alpha* Dan *Composite Reliability*)

Selain uji validitas konstruk, juga dilakukan Uji Reliabilitas konstruk. Penggunaan indikator sebagai item-item pertanyaan dari data variabel penelitian mensyaratkan adanya suatu pengujian konsistensi melalui uji reliabilitas, sehingga data yang digunakan tersebut benar-benar dapat dipercaya atau memenuhi aspek kehandalan untuk dianalisis lebih lanjut. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan dua ukuran, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Nilai ini mencerminkan reliabilitas semua indikator dalam model. Besaran nilai minimal *Cronbach's Alpha* ialah 0,7 sedangkan idealnya adalah 0,8 atau 0,9. Selain *Cronbach's Alpha* digunakan juga nilai *Composite Reliability* yang harus bernilai  $> 0,60$ .

Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dapat dilihat pada tabel 5.8.

**Tabel 5. 7 Nilai Cronbach's Alpha Dan Composite Reliability**

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kepuasan pengguna (Y)	0.843	0.889
Kualitas informasi (X2)	0.847	0.891
Kualitas interaksi (X3)	0.872	0.907
Kualitas kegunaan (X1)	0.841	0.887

Pada tabel 5.8 menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7 dan Composite Reliability di atas 0,8. Hal ini menandakan bahwa alat ukur pada setiap konstruk memiliki tingkat keandalan yang tinggi dan konsistensi internal yang memadai. Dengan demikian, seluruh indikator dalam setiap konstruk bekerja secara konsisten sesuai dengan fungsi pengukurannya, sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

### **5.2.2 Evaluasi *Inner Model* (Model Struktural)**

Setelah model yang di estimasi memenuhi kriteria *outer model* (uji validitas dan uji reliabilitas), langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan pengujian *inner model* (model struktural), yang terdiri dari [26]:

#### 1. Uji *R-Square* (R<sup>2</sup>)

Digunakan untuk mengetahui hubungan dari beberapa variabel yang digunakan, maka diperlukan Uji *R-Square* dimana prediksi yang baik dari sebuah model akan didapat

apabila nilai R2 semakin tinggi. Klasifikasi nilai R2 yaitu > 0,67 (Tinggi), 0,33 – 0,66 (Sedang), 0,19 – 0,31 (Lemah).

Nilai R2 dapat dilihat pada tabel 5.9.

**Tabel 5. 8 Nilai R2**

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan pengguna (Y)	0.961	0.96

Pada tabel 5.9 di atas, nilai R Square untuk kepuasan pengguna (Y) adalah 0,801, yang berarti model memiliki kemampuan prediktif yang tinggi dalam menjelaskan variabilitas kepuasan pengguna. Hal ini sesuai dengan kriteria bahwa nilai  $R^2 > 0,67$  menunjukkan kategori tinggi. Dengan demikian, variabel-variabel independen dalam model mampu secara signifikan menjelaskan pengaruh terhadap kepuasan pengguna.

## 2. Uji *F-Square* (F2)

Uji *F-Square* nilai yang baik jika hasil yang diperoleh kecil dan dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *laten eksogen* atau *independen* terhadap variabel *laten endogen* atau *dependen*, standar pengukuran yaitu 0,02 (kecil), 0,15 (sedang), dan 0,35 (besar).

Nilai F2 dapat dilihat pada tabel 5.10.

**Tabel 5. 9 Nilai *F-Square* (F2)**

	Kepuasan pengguna (Y)
Kualitas informasi (X2)	3.526
Kualitas interaksi (X3)	0.001
Kualitas kegunaan (X1)	0.216

Dari tabel 5.10 Kualitas interaksi (X3) memiliki pengaruh yang kecil dibandingkan dua variabel lainnya terhadap kepuasan pengguna. Kualitas informasi (X2) memiliki pengaruh besar dan kualitas kegunaan (X1) memiliki pengaruh yang sedang terhadap kepuasan pengguna, sehingga perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut untuk meningkatkan aspek-aspek ini.

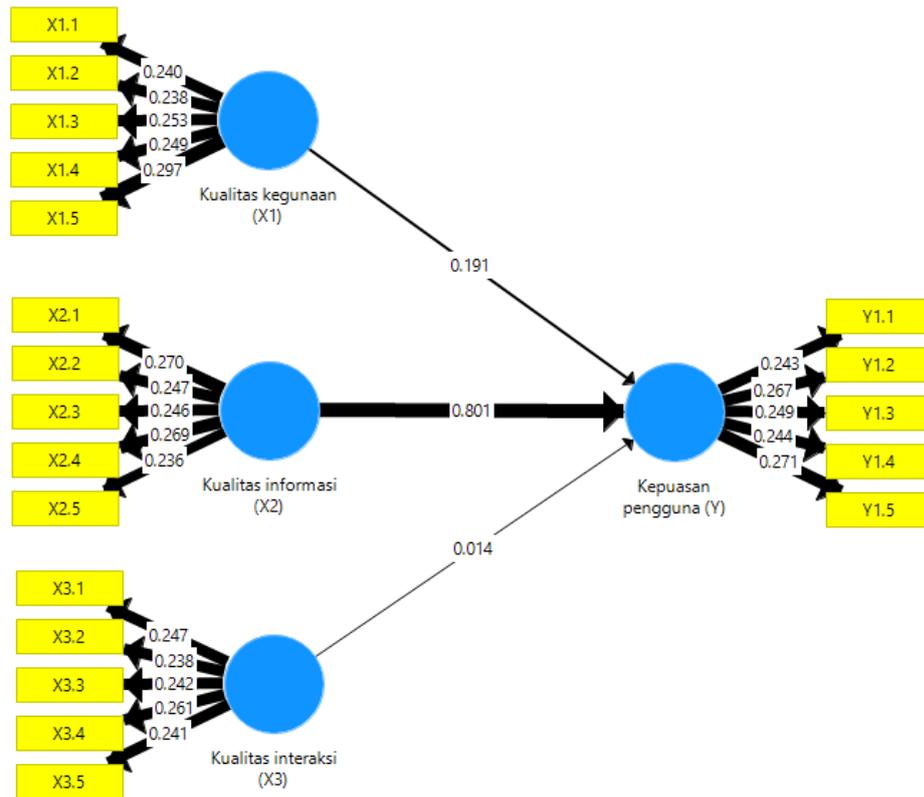
### **5.3 UJI HIPOTESIS**

Pada uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *software* analisis data yaitu *bootstrapping* dengan *Smart Partial Least Square (Smartpls)*.

#### **5.3.1 Hasil Bootstrapping SMARTPLS**

Langkah terakhir yang dilakukan yaitu pengolahan menggunakan *bootstrapping*. *Bootstrapping* digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis.

Berikut adalah model *struktural* setelah dilakukan *bootstrapping* dapat dilihat pada gambar 5.6.



**Gambar 5. 5 Model *Structural Bootstrapping***

Berdasarkan hasil perhitungan *bootstrapping* diatas, dilakukan untuk melihat signifikansi hubungan antar *konstruk* yang menggunakan beberapa kriteria yang harus dipenuhi yaitu *original sample*, *t-statistics* dan *p-value*. Jika pada *original sampel* menunjukkan nilai positif berarti arahnya positif dan jika nilai *original sampel* negatif berarti arahnya negatif. Sedangkan *t-statistics* dikatakan valid apabila antar variabel memiliki nilai *t-statistics* > 1,96. Indikator juga dapat dikatakan valid jika memiliki *p-value* < 0,05, Untuk dapat dikatakan suatu hipotesis diterima maka ketiga syarat tersebut harus terpenuhi [27] . Berikut nilai hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 5.11

**Tabel 5. 10 Nilai Uji Hipotesis**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values

Kualitas informasi (X2) -> Kepuasan pengguna (Y)	0.801	0.8	0.021	38.459	0.000
Kualitas interaksi (X3) -> Kepuasan pengguna (Y)	0.014	0.014	0.023	0.62	0.536
Kualitas kegunaan (X1) -> Kepuasan pengguna (Y)	0.191	0.192	0.019	10.083	0.000

Berdasarkan pada tabel 5.10 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 3 hipotesis yang diajukan 2 hipotesis diterima, 1 ditolak.

#### 5.4 HASIL ANALISIS

Berikut pembahasan hasil hipotesis diatas :

1. Kualitas Informasi (X2) -> Kepuasan Pengguna (Y):

Nilai p-value = 0.000 ( $< 0.05$ ), sehingga pengaruhnya diterima.

Original Sample (O) = 0.801 menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.

Dengan T-Statistics sebesar 38.459, pengaruhnya cukup kuat.

2. Kualitas Interaksi (X3) -> Kepuasan Pengguna (Y):

Nilai p-value = 0.536 ( $> 0.05$ ), sehingga pengaruhnya ditolak.

Original Sample (O) = 0.014 menunjukkan bahwa pengaruhnya sangat kecil, bahkan tidak signifikan.

Dengan T-Statistics sebesar 0.62, kontribusinya terhadap Kepuasan Pengguna dianggap tidak signifikan.

3. Kualitas Kegunaan (X1) -> Kepuasan Pengguna (Y):

Nilai p-value = 0.000 ( $< 0.05$ ), sehingga pengaruhnya diterima.

Original Sample (O) = 0.191 menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.

Dengan T-Statistics sebesar 10.083, pengaruh ini cukup kuat..

## **5.5 REKOMENDASI**

Berdasarkan hasil hipotesis yang diuji, Hasil menunjukkan bahwa kualitas interaksi belum memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Oleh karena itu, Anda dapat meningkatkan aspek interaksi pada website.

1. Chatbot atau Live Chat: Tambahkan fitur chatbot atau layanan pelanggan real-time untuk menjawab pertanyaan pengguna dengan cepat.
2. Interaksi Personal: Berikan saran personal berdasarkan riwayat pencarian pengguna untuk meningkatkan pengalaman.
3. Feedback dan Review: Dorong pengguna untuk memberikan ulasan atau feedback langsung melalui website, sehingga mereka merasa didengar.
4. Media Sosial Terintegrasi: Hubungkan website dengan media sosial perusahaan untuk meningkatkan interaksi..